

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DU DÉBAT DES CHEFS AU QUÉBEC:
INFORMATION OU SPECTACLE TÉLÉVISUEL?

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
CHRISTINE BOUTHILLIER

FÉVRIER 2010

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 -Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

J'aimerais remercier tous ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à l'élaboration de ce mémoire, plus particulièrement mon directeur de recherche, Jean Pichette, professeur à la faculté de communication de l'Université du Québec À Montréal, ainsi que mes parents, Lise Larcher et Daniel Bouthillier, qui m'ont soutenue tant moralement que financièrement tout au long du processus de rédaction.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	vi
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
L'HISTOIRE DU DÉBAT DES CHEFS.....	4
1.1 Le débat des chefs en Amérique du Nord.....	5
1.1.1 Le débat entre Richard Nixon et John F. Kennedy aux États-Unis.....	5
1.1.2 Le débat des chefs au Canada.....	7
1.1.3 Le débat des chefs au Québec.....	23
1.2 L'effet du débat des chefs sur le vote au Québec.....	31
1.3 La couverture médiatique du débat des chefs au Québec.....	37
1.4 Le sens donné au débat des chefs dans l'opinion publique au Québec.....	43
CHAPITRE II	
LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DU DÉBAT DES CHEFS.....	47
2.1 L'effet des caractéristiques du journalisme et du monde médiatique.....	47
2.1.1 Historique du journalisme et des médias québécois.....	47
2.1.2 L'impact de la télévision et de la prédominance de l'image dans le monde médiatique.....	52
2.1.3 Les conséquences des exigences de production des analyses journalistiques...	59
2.1.4 L'effet de la concurrence entre les réseaux médiatiques.....	60
2.2 L'influence des relationnistes sur les journalistes.....	62
2.2.1 Historique des relations publiques en politique.....	62
2.2.2 Le va-et-vient des professionnels entre les milieux politique et journalistique...	66
2.2.3 L'impact du conseiller de l'image sur les analyses journalistiques.....	68
2.2.4 L'effet des interactions entre relationnistes et journalistes.....	73

2.3	L'influence de la forme du débat des chefs.....	78
2.3.1	La personnification des partis politiques.....	78
2.3.2	L'effet de la longueur des interventions.....	80
2.3.3	Les conséquences de la diffusion en direct du débat des chefs.....	82
2.3.4	L'organisation du débat des chefs: la négociation entre les diffuseurs et les partis politiques.....	84

CHAPITRE III

L'EXEMPLE DU DÉBAT DES CHEFS DE L'ÉLECTION PROVINCIALE DE 2007..... 88

3.1	La couverture médiatique du débat avant sa tenue.....	88
3.1.1	Organisation du débat.....	88
3.1.2	Sondages.....	89
3.1.3	Préparation des chefs de partis au débat.....	92
3.1.4	Prédictions et conseils faits aux chefs de partis par les journalistes.....	93
3.2	La couverture médiatique du débat après sa tenue.....	95
3.2.1	Éléments factuels.....	95
3.2.2	Analyse du style des chefs de partis.....	98
3.2.3	Analyse de la performance des chefs.....	100
3.2.4	Sondages.....	102
3.2.5	Interventions d'analystes externes.....	103
3.2.6	Place accordée à chaque thème.....	104
3.2.7	Place accordée à chaque candidat.....	106
3.3	La couverture journalistique du débat des chefs selon les différents médias.....	106
3.3.1	Comparaison entre les journaux.....	106
3.3.2	Comparaison entre la presse écrite et la télévision.....	113

CONCLUSION.....	120
-----------------	-----

APPENDICE A

LISTE DES PERSONNES NON JOURNALISTES AYANT TRAITÉ DU DÉBAT DANS LES MÉDIAS À L'ÉTUDE.....	123
---	-----

APPENDICE B

LISTE DES MANCHETTES DES JOURNAUX À L'ÉTUDE PUBLIÉES APRÈS LA TENUE DU DÉBAT.....	126
---	-----

APPENDICE C

LISTE DES TITRES DES ARTICLES À L'ÉTUDE TRAITANT D'ÉLÉMENTS PLUS FACTUELS RELATIFS AU DÉBAT PUBLIÉS APRÈS SA TENUE.....	128
--	-----

APPENDICE D

LISTE DES JOURNALISTES SPÉCIALISTES EN ANALYSE POLITIQUE AYANT TRAITÉ DU DÉBAT APRÈS SA TENUE DANS LES MÉDIAS À L'ÉTUDE.....	130
---	-----

APPENDICE E

LISTE DES TITRES DES ÉDITORIAUX, CHRONIQUES ET TEXTES D'OPINION PUBLIÉS DANS LES JOURNAUX À L'ÉTUDE.....	132
---	-----

BIBLIOGRAPHIE.....	135
--------------------	-----

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
3.1 Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans les journaux à l'étude.....	90
3.2 Références aux chefs de partis dans les articles publiés avant et après le débat de 2007	91
3.3 Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans les journaux à l'étude.....	95
3.4 Exemples d'éléments relatifs au style des chefs rapportés dans les articles publiés après le débat de 2007.....	99
3.5 Exemples d'éléments relatifs à la performance des chefs rapportés dans les articles publiés après le débat de 2007.....	101
3.6 Références aux thèmes du débat dans les articles publiés avant et après le débat de 2007	105
3.7 Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans The Gazette.....	107
3.8 Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans Le Devoir.....	107
3.9 Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans La Presse.....	108
3.10 Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans The Gazette.....	109
3.11 Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans Le Devoir.....	109
3.12 Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans La Presse.....	110
3.13 Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans The Gazette avant et après le débat de 2007.....	111

3.14	Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans Le Devoir avant et après le débat de 2007.....	111
3.15	Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans La Presse avant et après le débat de 2007.....	112
3.16	Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans The Gazette avant et après le débat de 2007.....	112
3.17	Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans Le Devoir avant et après le débat de 2007.....	112
3.18	Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans La Presse avant et après le débat de 2007	113
3.19	Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue au Téléjournal.....	115
3.20	Références aux chefs de partis faites lors du Téléjournal après le débat de 2007.....	117
3.21	Références aux thèmes du débat de 2007 faites au Téléjournal après sa tenue.....	117

RÉSUMÉ

Le présent mémoire propose un questionnement sur la couverture médiatique du débat des chefs au Québec, un événement médiatique prédominant dans toute campagne électorale québécoise. Les médias constituant la principale source d'information des Québécois, leur traitement de l'émission demeure un facteur pouvant influencer le cours de l'élection. Face à cette situation, une réflexion s'impose. La couverture médiatique du débat des chefs rapporte-t-elle fidèlement les propos tenus lors de l'émission ou apparaît-elle plutôt modifiée par différents processus? En d'autres mots, l'information qui se rend aux électeurs fait-elle l'objet de déformations? Si oui, quelles sont les sources de ces déformations? L'hypothèse ici soutenue suggère que le traitement du débat des chefs dans les médias, en mettant l'accent sur la dimension spectaculaire de l'événement, tend à présenter une vision déformée du débat. Afin de la vérifier, nous présenterons d'abord l'histoire du débat des chefs au Canada et au Québec. Puis, une étude de cas sur le débat des chefs québécois de 2007 permettra d'analyser la couverture médiatique d'un tel événement dans le contexte particulier de la province. À la lumière de cette recherche, il apparaît que de nombreux acteurs et processus influencent le traitement journalistique du débat. L'action conjuguée des relationnistes, des politiciens, de la forme du débat et des caractéristiques du journalisme et du monde médiatique en général fait qu'il existe des différences entre la couverture médiatique du débat des chefs et les propos qu'y ont tenus les candidats. Les journalistes tendent en effet à mettre l'emphasis sur le caractère spectaculaire et compétitif de l'émission. Ils semblent ne pas traiter également des politiciens présents à l'affrontement télévisé, ni des thèmes débattus. Ils accordent aussi une plus grande importance à l'image et aux sondages qu'aux informations factuelles reliées au débat.

Mots clés: débat des chefs, médias, journalisme, relations publiques, image, politique

INTRODUCTION

Depuis l'avènement de ce que plusieurs intellectuels ont nommé «l'ère des communications», la relation entre politiciens et médias apparaît de plus en plus questionnée. En effet, puisque la transmission de tout message à une société doit transiger par ces différents canaux, quiconque en détient le contrôle possède nécessairement un pouvoir sur les citoyens ou, du moins, sur l'information qui leur parvient. C'est pourquoi, en période électorale, les hommes et les femmes aspirant à devenir députés se battent constamment pour obtenir la faveur des journalistes. Toutefois, un événement médiatique se tenant dans plusieurs pays semble se détacher de cette course au préféré et favoriser davantage le contenu du programme des différents partis politiques. Il s'agit du débat des chefs.

En effet, cet événement consiste en un débat télévisé se déroulant entre les différents chefs des partis politiques qui opposent alors leurs idées sur des thèmes variés: économie, santé, environnement, services sociaux, culture, etc. Il s'agit d'un moment privilégié pour les citoyens (plus particulièrement ceux qui n'auraient pas encore fixé leur choix électoral) d'en apprendre plus sur les différents candidats par les informations qui y sont transmises. Toutefois, c'est souvent sur sa couverture médiatique que se basent les électeurs pour mieux comprendre cet événement télévisé. Face à cette situation, une réflexion s'impose. La couverture médiatique du débat des chefs rapporte-t-elle fidèlement les propos tenus lors de l'émission ou apparaît-elle plutôt modifiée par différents processus? En d'autres mots, l'information qui se rend aux citoyens est-elle juste ou fait-elle plutôt l'objet de déformations? Si oui, quelles sont les sources de ces déformations?

L'hypothèse généralement soutenue face à ces questions est qu'il existe des acteurs et processus venant interférer entre le débat et sa couverture médiatique. Ainsi, le traitement que l'on fera du débat des chefs dans les médias différera des propos tenus lors du débat lui-même. Ces différences sont notamment causées par les facteurs suivants: l'influence que peuvent avoir les relationnistes des politiciens sur les journalistes, la forme du débat des chefs (ses règles, les paramètres de sa diffusion, etc.) et les caractéristiques inhérentes au travail des journalistes et au monde médiatique en général. Par exemple, le court laps de temps qui est alloué aux journalistes pour produire l'analyse d'un

événement forcera ces spécialistes de l'information à simplifier leur pensée, n'ayant pas le loisir d'aller en profondeur dans leur étude, faute de temps.

Plusieurs auteurs ont déjà abordé ces thèmes et leurs études pourront être d'une grande aide dans la compréhension de ce phénomène. Il importe de passer en revue leurs analyses afin d'avoir une vue d'ensemble des différents acteurs et processus à l'œuvre dans le traitement médiatique d'un événement tel que le débat des chefs. Toutefois, la littérature à ce sujet demeure peu abondante concernant le cas précis du Québec. Afin de pallier le manque d'informations sur la situation spécifique de la province, une étude de cas sur le terrain se doit d'être réalisée. Il sera alors possible d'intégrer à l'étude ici effectuée les particularités québécoises pouvant influencer le phénomène analysé.

Lorsqu'il réalise une étude de cas, le chercheur ne tente pas de contrôler certaines variables comprises dans l'objet de recherche ou de le dissocier de son contexte; il désire plutôt le cerner dans sa globalité. C'est pourquoi il multipliera les sources utilisées et les techniques de collecte de données (entrevues, sondages, observations, revue de la littérature, etc.) lors de sa recherche afin d'éviter de laisser dans l'ombre certains détails relatifs à cette quête. C'est là l'objectif du présent mémoire. Ainsi, l'histoire du débat des chefs en Amérique du Nord, plus particulièrement au Canada et au Québec, sera entièrement parcourue lors du premier chapitre. Nous chercherons également à observer si l'impact qu'a le débat sur l'électorat québécois, la façon qu'ont les médias de la province de couvrir l'émission et le sens donné au débat au Québec a changé au fil des années.

Le deuxième chapitre sera consacré à l'exploration des différents acteurs et processus pouvant influencer le traitement médiatique du débat des chefs. C'est là que l'apport des nombreux auteurs ayant déjà traité du sujet sera le plus nécessaire. Tout d'abord, il sera question de l'effet des caractéristiques du métier de journaliste et du monde médiatique en général sur la couverture journalistique du débat des chefs. Après un bref portrait historique du journalisme et des médias québécois, l'impact qu'ont la télévision et la conception actuelle de l'image, les exigences de production des journalistes et la concurrence entre les réseaux médiatiques sur le traitement journalistique du débat des chefs sera étudié. Ensuite, l'influence des relationnistes sur les journalistes sera évaluée. Pour ce faire, l'évolution historique du travail de relationniste en politique sera tracée. Les conséquences de l'augmentation du va-et-vient des professionnels entre le milieu politique et journalistique, du travail de conseiller de l'image et des interactions entre relationnistes et journalistes

sur la couverture médiatique de l'affrontement télévisé seront expliquées. L'impact de la forme du débat des chefs sur son traitement journalistique devra aussi être analysé. Ainsi, l'évaluation de l'effet de la personification des partis politiques lors de l'émission, de la longueur des interventions, de la diffusion du débat en direct et de la négociation entre diffuseurs et partis politiques quant aux règles de l'événement télévisé sera effectuée.

Le cas précis du Québec sera étudié au dernier chapitre. La présente recherche se penchera sur un débat des chefs spécifique s'étant déroulé dans la province, soit celui du 13 mars 2007. Ce dernier a donné lieu à de vigoureux échanges entre les chefs des trois principales formations politiques québécoises: Jean Charest, du Parti libéral du Québec, André Boisclair, du Parti québécois, et Mario Dumont, de l'Action démocratique du Québec. Une analyse de contenu suivant une grille d'analyse préalablement établie, tant de l'enregistrement du débat lui-même que de sa couverture médiatique, aura lieu. Pour obtenir cette dernière, une revue de presse et le résumé d'un bulletin de nouvelles télévisé ont été constitués. La revue de presse est issue des articles publiés entre le 1^{er} et le 31 mars 2007 dans les quotidiens montréalais *La Presse*, *Le Devoir* et *The Gazette*, alors que le bulletin de nouvelles étudié est celui diffusé sur les ondes de la Société Radio-Canada, le 13 mars 2007, de 22 heures à 23 heures. De cette façon, il sera possible de déterminer de quelle manière les médias québécois traitent du débat des chefs.

Nous analyserons la façon dont les journalistes couvrent les détails entourant la planification du débat, les sondages, la préparation des chefs à l'émission ainsi que les prédictions et conseils qu'ils prodiguent aux candidats dans les articles publiés avant le débat. Ensuite, nous étudierons les articles imprimés après l'événement télévisé afin de saisir comment les journaux rapportent les propos des chefs, analysent leur style, leur performance et les sondages et mettent à contribution des spécialistes extérieurs au monde du journalisme dans leurs textes. Nous tenterons également de définir quelle place ils allouent à chaque thème abordé pendant le débat et à chaque candidat. Il importe aussi de mettre en parallèle les analyses effectuées dans différents journaux et de comparer le traitement journalistique effectué par la presse écrite avec celui réalisé à la télévision. C'est ainsi qu'un savoir global sur la couverture médiatique allouée au débat des chefs au Québec pourra être établi.

CHAPITRE I

L'HISTOIRE DU DÉBAT DES CHEFS

L'apparition de la télévision a amené sans aucun doute un changement drastique dans la façon de percevoir le débat politique. Avant l'invention du petit écran, rares sont ceux qui pouvaient se targuer d'être à même de reconnaître visuellement un politicien. Ce que le public connaissait de lui, c'était ses idées et non pas son aspect physique. La télévision a changé cet état de fait. Afin de rendre plus accessible aux citoyens l'information concernant les différentes propositions des candidats à un poste de nature politique, on s'est mis à télédiffuser leurs interventions. Les grands débats d'idées entre ceux-ci se sont transposés au petit écran et la face de la politique en a été radicalement transformée. Ces débats télévisés sont ce que l'on connaît au Québec sous l'appellation *débat des chefs*. Tracer l'évolution historique des débats des chefs constitue un élément incontournable de toute étude traitant de ce thème. L'analyse de leur déroulement, des questions qui y ont été abordées, des répercussions qu'ils ont pu avoir sur l'opinion publique et du rôle que les médias ont pu y jouer permettra de mieux cerner l'héritage laissé aux médias d'aujourd'hui. Ceci pourra expliquer en partie les raisons du traitement actuel du débat des chefs dans les différentes productions médiatiques.

Une revue des débats télévisés tenus au Canada et au Québec aidera à faire la lumière sur ce que représente cette forme d'expression aujourd'hui dans cette région du globe. Ce territoire n'a que peu été touché par les différents textes scientifiques portant sur le débat des chefs. Plus encore, il importe de connaître quel impact ces événements télévisuels ont eu sur le vote québécois. En tant que mode principal de transmission de l'information au public, les médias ont aussi eu un grand rôle à jouer dans l'interprétation que les citoyens ont pu se faire de chaque débat. Ainsi, une analyse de leur façon de couvrir le débat des chefs au Québec et des transformations qu'elle a pu subir au cours des années est requise. Finalement, il est essentiel de comprendre l'évolution du sens que les Québécois ont donné au débat afin de saisir la perception qu'ils en ont aujourd'hui.

1.1 Le débat des chefs en Amérique du Nord

1.1.1 Le débat entre Richard Nixon et John F. Kennedy aux États-Unis

Bien qu'il ne se soit pas tenu au Canada, un historique des débats des chefs ne saurait être complet sans traiter du tout premier débat au monde à être diffusé à la télévision. Il s'agit de celui qui a opposé en 1960 John F. Kennedy et Richard M. Nixon, s'affrontant pour obtenir la présidence des États-Unis. Il s'inscrivait en fait dans une série de trois débats se déroulant aux mois de septembre et octobre de cette année-là (Martin et Nadeau, 2004). Ceux-ci sont considérés comme un événement déterminant ayant révolutionné la pratique de la politique moderne (Hermans, 2007). En effet, on attribue souvent la victoire subséquente de Kennedy à la tenue de ces débats.

Nixon y était apparu nerveux, en sueur, mal rasé et fatigué. Il avait de la difficulté à camoufler la souffrance que lui infligeait alors une douleur au genou. De son côté, Kennedy s'est présenté bien préparé, calme et à l'aise sur le plateau de télévision. Profitant en partie de sa jeunesse et de son aspect physique plus télégénique, Kennedy a été proclamé grand gagnant de ces débats par ceux qui y avaient assisté à travers le petit écran. Toutefois, les citoyens qui avaient écouté les débats à la radio donnaient plutôt l'avantage à Nixon. Ainsi, pour la toute première fois, savoir se tenir adéquatement face aux caméras est devenu un enjeu de taille dans une campagne électorale (Martin et Nadeau, 2004; Hermans, 2007). L'influence de ce facteur sur le vote reste indéniable:

57% des personnes qui avaient voté à l'élection présidentielle américaine estimaient que les débats avaient influencé leur choix et que 6% des électeurs attribuaient leur décision finale aux seuls débats. Parmi cette population, 26% votèrent pour Nixon et 72% pour Kennedy. Ainsi, 3 millions d'électeurs avaient choisi Kennedy à cause des débats. Or, Kennedy n'avait défait Nixon que par une faible marge de 112 000 votes. (Monière, 1992, p. 56-57)

Cette pratique américaine a par la suite été utilisée dans de nombreux autres pays, dont, entre autres, le Canada et la France (Monière, 1992; Université de Sherbrooke, 2007a). Le fait de téléviser les débats d'idées entre les adversaires politiques a rendu ces exercices discursifs plus accessibles au public. Conséquemment, le débat des chefs est devenu synonyme de transparence et d'ouverture pour les régimes politiques, d'où son adoption par plusieurs autres États. Dorénavant, il sera impensable que se déroule une campagne électorale sans la tenue de ce genre de débat. Cette pratique est tellement devenue partie intégrante du processus électoral que même certains régimes plus

autoritaires ont intégré la formule à leur campagne, comme c'est le cas dans plusieurs pays d'Europe de l'Est. Télévision et politique demeurent aujourd'hui indissociables (Dayan et Katz, 1992).

Depuis la tenue de cet événement décisif, les débats télévisés entre les différents candidats au poste de dirigeant d'un État sont devenus le point culminant de plusieurs campagnes électorales. Les électeurs attendent ce moment avec impatience et sont nombreux à y assister, comme en témoignent les cotes d'écoute de l'émission (Hermans, 2007). À titre d'exemple, le débat des chefs s'étant déroulé au Québec le 31 mars 2003 a été visionné par 69,6% des personnes qui regardaient la télévision à ce moment-là, soit 2 161 200 téléspectateurs sur 3 102 000 (Sondages BBM, 2003).

Cette nouvelle manière de pratiquer la politique introduit l'idée de concours entre les différents opposants au poste de premier ministre ou de président. Le fait que le débat des chefs repose sur des règles bien précises assurant, en théorie, l'égalité des forces entre les adversaires, laisse l'impression au spectateur qu'il assiste à une compétition au même titre qu'un affrontement sportif. De cette façon, on décrètera à l'issue du débat un gagnant et un ou plusieurs perdants (Dayan et Katz, 1992). L'idée même d'un concours entre les différents chefs de parti amènera incidemment une propension à analyser le débat sous forme de stratégie et ce, de la part des électeurs autant que des médias. Quelle tactique a le mieux réussi? Quels sont les éléments qui ont conduit à la perte d'un candidat? Qu'est-ce que chaque chef aurait dû faire ou dire? Voilà les questions que l'on retrouve sur toutes les lèvres au lendemain d'un débat des chefs. La forme du discours des politiciens et les moyens qu'ils ont utilisés pour bien paraître à l'écran deviennent des éléments importants des différentes analyses que l'on effectuera à propos du débat. Les idées qui y ont été avancées, quant à elles, sont un peu mises de côté.

Depuis 1960, les électeurs et les analystes politiques considèrent les débats télévisés comme un moyen efficace de déterminer la capacité de chaque chef de parti à réagir sous pression et ce, en temps réel. Ainsi, la télévision a acquis cette année-là un nouveau rôle d'une importance certaine dans le domaine public. Malgré le succès qu'a obtenu ce type de confrontation électorale, plusieurs interrogations subsistent néanmoins à son sujet. La tenue d'un débat télévisé favorise-t-elle nécessairement une meilleure compréhension des différentes propositions des candidats par les électeurs? Le débat n'incite-t-il pas plutôt les chefs des formations politiques présents à proférer nombre de déclarations ambiguës afin d'éviter les pièges tendus par leurs adversaires et de se valoriser

sur la scène publique (Kraus, 1968)? Voilà donc autant de questions qui ont émergé au lendemain de la tenue des grands débats de 1960.

1.1.2 Le débat des chefs au Canada

Le débat des chefs de 1968

Avant de se lancer dans l'historique du débat des chefs au Québec, la nécessité d'avoir une vue d'ensemble de ce qu'il représente et a anciennement représenté dans le reste du Canada s'impose. Le cas particulier du Québec sera explicité postérieurement. Le premier débat politique télévisé canadien a eu lieu en 1962 et opposait Jean Lesage et Daniel Johnson pour le poste de Premier ministre du Québec. En ce qui concerne le gouvernement fédéral, il faudra attendre 1968 pour qu'ait lieu un tel événement télévisuel entre des chefs de parti. C'est Pierre Elliot Trudeau, alors premier ministre du Canada et chef du Parti libéral, Robert Stanfield, chef du Parti progressiste-conservateur, Réal Caouette, chef du Crédit social, et Thomas C. Douglas, chef du Nouveau parti démocratique, qui se sont alors affrontés en cette soirée mémorable du 9 juin 1968, soit deux semaines avant le jour du scrutin (Monière, 1992; Nouveau Parti démocratique du Canada, 2008). La tenue du débat était une initiative médiatique et non pas celle des différents candidats. La proposition provenait des réseaux CTV et Radio-Canada. En effet, les deux principaux adversaires de cette course à la direction de l'État, soit Pierre Elliot Trudeau et Robert Stanfield, avaient respectivement été élus chef de leur parti quelques mois seulement avant le déclenchement de la campagne électorale. Les candidats étant peu connus des électeurs et des médias, le débat constituait une occasion en or d'en apprendre un peu plus sur leurs idées et leurs propositions politiques (Monière, 1992).

Au départ, CTV préconisait la présence des candidats du Parti libéral et du Parti conservateur seulement. Le réseau désirait aussi diffuser le débat exclusivement en anglais. Robert Stanfield a accepté la tenue d'un débat des chefs à ces conditions. Il avait tout à gagner en participant à cet événement télévisuel. En effet, cela lui faisait bénéficier d'une visibilité qu'il n'aurait pu obtenir autrement. Trudeau, quant à lui, hésitait à se lancer dans l'aventure. En avance dans les sondages, il ne voulait pas courir le risque de permettre à son adversaire de marquer des points. Le chef du Parti libéral a fini par accepter de participer au débat, mais à ses conditions. Tout d'abord, il a exigé la présence des chefs des autres partis. Cette requête le servait à plusieurs égards:

[...] renforcer l'image de démocrate du premier ministre et, en cas de refus, lui permettre de se retirer élégamment sans perdre la face. Et si d'aventure la présence d'un tiers parti était acceptée, celui-ci détournerait l'attention et réduirait les risques d'une mauvaise performance. (Monière, 1992, p. 71)

Afin de mettre ses capacités linguistiques en valeur, Trudeau a aussi insisté pour que le débat se déroule tant en anglais qu'en français. Ce fut chose faite. Toutefois, les chefs qui ne pouvaient s'exprimer dans l'une de ces langues ont vu leurs propos traduits (Monière, 1992). Par l'imposition de ces paramètres, le Premier ministre de l'époque a édifié sans le savoir les bases du débat des chefs tel qu'il est présenté aujourd'hui au Canada: multipartisme et bilinguisme demeurent de l'ordre des règles sacrées.

Le temps d'intervention de chaque participant au débat était égal, à l'exception de Réal Caouette qui n'a pu s'exprimer que dans les quarante dernières minutes de cette joute oratoire, soit la période du débat se déroulant en français (Monière, 1992; Université de Sherbrooke, 2007b). Les organisateurs du débat cherchaient ainsi à attribuer aux représentants de chaque parti un temps de parole proportionnel au nombre de députés de leur formation politique présents à la Chambre des communes. Un modérateur dirigeait le débat, s'assurant que les tours de parole soient respectés. Seuls trois journalistes invités ont pu interroger les candidats à la direction de l'État canadien lors de ce débat des chefs. Il s'agissait de Jean-Marc Poliquin, de Radio-Canada, Ron Collister, de CBC, et Tom Gould, de CTV. Ce rôle leur a été confié surtout en raison de leur grande connaissance des enjeux politiques, de leur aisance devant la caméra et de leur expérience dans la réalisation d'entrevues (Monière, 1992).

L'impression générale qui s'est dégagée du débat lorsqu'il a pris fin en est une d'extrême platitude. Analystes et citoyens se sont accordés pour décréter que l'événement télévisuel manquait de passion et d'éclat (Monière, 1992). Le premier ministre lui-même a qualifié plus tard l'exercice de « chose plutôt ennuyeuse » (Université de Sherbrooke, 2007b). Seule l'arrivée de Réal Caouette, personnage haut en couleurs s'il en est, a su mettre un peu de piquant dans une prestation jusque-là peu intéressante. Cette situation est en partie attribuable aux événements s'étant alors récemment déroulés sur la scène internationale, distrayant l'attention des Canadiens de leurs enjeux nationaux. En effet, une importante grève et un soulèvement étudiant troublaient l'ordre public en France. Aux États-Unis, on pleurait la mort de Robert Kennedy, sénateur et candidat à la présidence du pays (Monière, 1992).

Sentant le public se désintéresser d'eux, les chefs n'ont pas réussi à conserver l'attention des citoyens sur les enjeux qu'ils présentaient en ce soir du 9 juin 1968. Malgré cela, on peut tout de même soutenir que ce premier débat des chefs a fixé les bases de ce qui allait devenir une tradition de la démocratie canadienne.

Le débat des chefs de 1979

Il a fallu attendre onze ans avant que l'on renouvelle l'expérience du débat des chefs au Canada. Rebutée par l'effet qu'auraient pu avoir le multipartisme et le bilinguisme d'un tel exercice sur l'élection, la classe politique a refusé de tenir un débat à l'occasion des scrutins de 1972 et de 1974.¹ Aucun parti ne voulait risquer une mauvaise performance de son chef dans l'une ou l'autre des deux langues officielles. On craignait aussi que la tenue d'un débat ne bénéficie davantage à une formation politique adverse plutôt qu'à son propre parti. En 1979, la situation est toute autre. Ayant tardé à déclencher des élections, Trudeau risquait de se faire accuser d'autoritarisme et avait tout à gagner de la tenue d'un événement associé aux concepts de démocratie et de transparence. De plus, la date du référendum sur la souveraineté du Québec approchait à grands pas et rendait impératif le déroulement d'une discussion sur la question nationale. C'est ainsi que se sont affrontés, le 13 mai 1979, Pierre Elliot Trudeau, chef du Parti libéral et Premier ministre du Canada, Joseph Clark (mieux connu sous le nom de Joe Clark), chef du Parti conservateur, et Ed Broadbent, chef du Nouveau parti démocratique (Monière, 1992; Nouveau Parti démocratique du Canada, 2008). Le chef du ralliement créditiste, Fabien Roy, a été exclu sous prétexte qu'il ne parlait pas anglais et que son parti ne présentait de candidats qu'au Québec. En effet, la tenue d'un débat bilingue, comme en 1968, avait été refusée par l'ensemble des participants, plus particulièrement par le Parti libéral, qui avait balayé du revers de la main une proposition de Radio-Canada cherchant à éviter un débat unilingue anglais:

Afin de solutionner le problème du bilinguisme et l'incongruité d'un seul débat en anglais, Radio-Canada offrit aux chefs, y compris Fabien Roy, de participer à une table ronde où ils répondraient en français à tour de rôle aux questions de deux journalistes sans qu'il n'y ait d'échanges directs entre eux. Le Parti libéral refusa cette formule, privant ainsi l'auditoire francophone d'un simili-débat [...]. (Monière, 1992, p. 111)

Les règles et la formule du débat ont été l'objet de longues tractations. Chaque chef voulait tirer son épingle du jeu en modulant la forme du débat à son avantage. Les conservateurs privilégiaient un débat en face-à-face entre Joe Clark et Pierre Elliot Trudeau sans intervention de la part des

journalistes. En effet, Clark avait déjà réussi à la Chambre des communes à gagner certaines discussions dans lesquelles il affrontait le chef libéral. Cette formule a été refusée par les autres partis qui désiraient plus d'interactions. Les différents réseaux de télévision diffusant l'événement ont aussi eu leur mot à dire. CTV, CBC et Global ont insisté pour rendre la formule du débat plus dynamique afin de susciter un plus grand intérêt que lors de l'exercice télévisé de 1968 (Monière, 1992).

Tous les acteurs impliqués ont finalement arrêté leur choix sur un débat misant sur la confrontation plutôt que sur l'interrogation par des journalistes. L'événement télévisuel a débuté par une courte introduction, suivi d'une série de face-à-face où chaque chef devait opposer ses idées à celles des autres leaders l'un après l'autre. L'ordre des présentations a été défini par tirage au sort. Comme lors du précédent débat, un modérateur a été chargé d'assurer le bon déroulement de l'émission. Il s'agissait du recteur de l'Université McGill, David Johnston. Ce dernier avait plus de responsabilités que le modérateur de 1968, la formule du débat le forçant à intervenir plus fréquemment. Les journalistes y ont tout de même conservé un rôle primordial, soit celui de représentants des citoyens. En effet, ils avaient le droit de poser des questions aux chefs de parti et même de corriger leurs dires s'ils les considéraient erronés. Les journalistes invités étaient issus des trois réseaux diffuseurs: Bruce Davis, de CTV, Peter Desbarats, de Global, et David Halton, de CBC (Monière, 1992).

L'opinion qu'ont eue les journalistes et la population canadienne du débat de 1979 était nettement différente de celle de l'édition de 1968. En effet, tous ont été emballés par cet exercice démocratique (Monière, 1992). Une majorité d'électeurs ont visionné l'émission. À l'époque, la télévision était déjà devenue le principal moyen utilisé par les citoyens pour s'informer. De plus, les formations politiques ont misé davantage sur ce médium pour faire valoir leur parti tout au long de la campagne. Les chefs de partis se sont aussi déclarés satisfaits du débat. Pierre Elliot Trudeau a même précisé qu'il l'avait trouvé trop court, lui qui s'était plaint du manque de dynamisme du précédent débat des chefs. Du côté des médias, c'est le caractère compétitif de la nouvelle formule qui a surtout soulevé l'enthousiasme. C'est à ce moment précis que les journalistes ont commencé à utiliser des termes relatifs aux sports pour décrire le déroulement du débat. En 1979, ce sont les références à la boxe qui se sont multipliées dans les journaux pour parler de l'émission télévisée, entre autres les mots «jab, punch, knockout» (Monière, 1992, p. 144).

Les débats des chefs de 1984

Avec d'aussi bons résultats, on peut affirmer que c'est réellement à partir de 1979 que la tenue d'un débat des chefs s'est vraiment intégrée dans les mœurs de la politique canadienne fédérale. De fait, le débat suivant a eu lieu en 1984, soit lors de la campagne électorale subséquente. Il s'inscrivait dans un contexte politique particulier. En effet, le Parti libéral et le Parti conservateur présentaient tous deux un nouveau chef. Afin de les faire connaître, l'idée de la tenue d'un débat des chefs leur semblait assez séduisante (Monière, 1992). De plus, puisque l'élection se déroulait à la fin de l'été, soit le 4 septembre 1984, il fallait à la campagne électorale un événement qui saurait captiver l'attention des citoyens en vacances (Directeur général des élections du Canada, 1984). C'est principalement pour ces deux raisons que se sont affrontés le chef du Parti libéral, John Turner, le chef du Parti conservateur, Brian Mulroney, et le chef du Nouveau parti démocratique, Ed Broadbent (Monière, 1992).

Mulroney a été le premier à réclamer la tenue d'un débat, dès l'annonce d'élections prochaines. Une telle visibilité lui donnait l'occasion de montrer aux électeurs qu'il était tout aussi compétent que son rival libéral, ce dont ils semblaient douter, à en croire les sondages. Broadbent approuvait également cette démarche. Par sa présence à cet événement médiatique, il désirait mettre le NPD sur un pied d'égalité avec les autres partis en lice. Seul Turner était plus réticent à s'adonner à l'exercice. Peu à l'aise devant les caméras, ses stratèges semblaient croire qu'un débat pouvait causer du tort à sa campagne. Toutefois, il a accepté de se plier au jeu, car il pouvait en fixer lui-même les paramètres. Puisque l'initiative provenait des deux autres partis, ces derniers n'avaient d'autre choix que d'accepter les conditions posées par le Parti libéral. Les partis d'opposition s'étant déjà posés en faveur de la tenue d'un débat des chefs peu importe la formule adoptée, un recul de leur part aurait été mal vu du public. «Any time, any place», a même déclaré le chef du Nouveau parti démocratique (Monière, 1992, p. 151).

Cette fois, on a opté pour le bilinguisme. Deux débats ont eu lieu: le premier s'est déroulé en français, le 24 juillet, et celui en anglais s'est tenu la journée suivante. Les libéraux ont insisté pour que l'exercice en français ait lieu en premier. De cette façon, si leur chef offrait une mauvaise performance dans cette langue qu'il maîtrisait mal, il aurait toujours l'opportunité d'obtenir plus de succès le lendemain. Le Parti libéral a aussi pu décider de la date à laquelle aurait lieu le débat. Au départ, tant les diffuseurs que les deux autres partis prônaient la tenue d'un débat en fin de campagne.

L'objectif était d'attirer un plus grand nombre de téléspectateurs, ceux-ci étant alors revenus de vacances. Toutefois, les libéraux désiraient un débat des chefs en juillet. Encore une fois, si John Turner ratait sa prestation, il aurait tout le temps voulu pour la faire oublier avant le jour des élections. Pour le reste, tous se mirent d'accord pour conserver la formule de 1979. Le modérateur du débat en anglais était le même que lors du précédent exercice. Ce rôle, lors du débat en français, a été acquitté par Raymond Landry, doyen de la Faculté de droit civil de l'Université d'Ottawa. Les journalistes invités étaient David Halton, de CBC, Bruce Phillips, de CTV, et Peter Trueman, de Global, du côté anglophone, et Jean Paré, de L'actualité, Luc Lavoie, de TVA, et Louis Martin, de Radio-Canada, chez les francophones (Monière, 1992).

Les débats de 1984 constituent une étape charnière dans la stratégie politique moderne au Canada. En effet, c'est à partir de ce moment que l'on a commencé à percevoir cet événement télévisé comme déterminant dans les intentions de vote des électeurs. Auparavant, on croyait que l'opinion des citoyens sur les différents candidats n'était pas modifiée par le débat des chefs. Ce qui s'est produit en 1984 a changé cette façon de concevoir la politique nationale. Les sondages montraient une nette avance du Parti libéral avant que les débats n'aient lieu et ce, partout au Canada. Au lendemain de ceux-ci, c'est plutôt le Parti conservateur qui apparaissait en tête du peloton dans toutes les provinces du pays, à l'exception du Québec. De l'avis de la population canadienne et de la presse, Mulroney était ressorti grand gagnant de l'exercice. Ainsi, pour la première fois dans l'histoire canadienne, on a pu concevoir que le débat des chefs avait une influence sur le vote des électeurs. De fait, c'est Brian Mulroney qui a été élu Premier ministre en 1984 (Monière, 1992; Nadeau, 1998). C'est donc réellement à partir de ce moment que la tenue d'un tel affrontement entre les dirigeants de partis est devenue un incontournable des campagnes électorales fédérales (Nadeau, 1998).

Les débats des chefs de 1988

Voilà pourquoi, au moment de tenir de nouvelles élections, en 1988, nul n'a remis en cause la tenue d'un débat des chefs. Il allait de soi pour tous qu'un tel exercice était un élément important du processus démocratique canadien. De plus, tous les chefs de partis espéraient pouvoir y faire des gains. En effet, ils avaient pu constater en 1984 à quel point une spectaculaire volte-face pouvait être réalisée par les électeurs à la suite d'un débat des chefs. Les candidats cherchaient donc à utiliser cet événement télévisé en leur faveur (Monière, 1992). La fin des années 1980, c'est aussi le début du

libre-échange au Canada. Des négociations en vue d'un accord commercial avec les États-Unis, l'ALE, avaient commencé dès 1986. Cette question, suscitant de nombreuses inquiétudes dans l'opinion publique, notamment chez les syndicats, se devait d'être débattue (Gouvernement du Canada, 2007). Le chef se désistant d'une telle réflexion collective aurait pu payer très cher son absence lors du débat des chefs (Monière, 1992).

Encore une fois, chacun des acteurs impliqués a essayé de tirer son épingle du jeu en tentant de modeler les paramètres du débat à sa convenance. Les conservateurs, forts de leur expérience de 1984, désiraient un débat ayant lieu au début de la campagne électorale. Ainsi, si Mulroney ne livrait pas la marchandise le moment venu, il aurait amplement le temps de corriger ses erreurs avant l'élection. Les diffuseurs se sont opposés à cette idée, arguant qu'un débat fixé à la mi-octobre leur faisait perdre beaucoup de profits publicitaires. En effet, les cotes d'écoute, prélevées en automne, fixent le prix des publicités diffusées. En remplaçant le programme habituel par le débat aux heures de grande écoute, les chaînes de télévision estimaient perdre d'un à quatre millions d'auditeurs (Monière, 1992).

Tant les conservateurs que les réseaux de télévision privilégiaient la tenue de deux débats, l'un en français et l'autre en anglais, d'une durée de trois heures chacun. De leur côté, les libéraux et les néo-démocrates cherchaient plutôt à mettre sur pied des débats moins longs, mais en plus grand nombre. Le Parti libéral proposait d'en tenir six de 90 minutes, alors que le NPD optait pour une formule de quatre débats de la même durée. Finalement, ces deux groupes ont dû plier, faute de quoi les représentants des médias ne diffuseraient pas l'événement. Ainsi, le débat en français a eu lieu le 24 octobre 1988, de 20h à 23h, sur les ondes de TVA, Radio-Canada et TQS, et celui en anglais, le lendemain, aux mêmes heures, sur les réseaux CBC, CTV et Global. Y participaient les mêmes candidats qu'en 1984. On a opté pour une formule de neuf confrontations de 16 à 17 minutes chacune entre les dirigeants de deux partis. De plus, une nouveauté a fait son apparition lors du débat de 1988: la possibilité pour un chef de quitter le plateau. En effet, lorsqu'il ne devait pas participer, un candidat pouvait se retirer dans une roulotte préparée à son intention afin de consulter son équipe et de préparer sa prochaine intervention (Monière, 1992).

Cette fois, le rôle des journalistes invités au débat s'est trouvé réduit. Ceux-ci devaient poser une question au début de chaque échange et laisser ensuite les deux adversaires débattre de la question sans intervenir dans leur argumentation. Les journalistes ayant pris part au débat du 24

octobre étaient Daniel Lessard, de Radio-Canada, Hélène Fouquet, de TQS, et Guy Gendron, de TVA. Du côté anglophone, on retrouvait David Halton, de la CBC, Pamela Wallin, de CTV, et Doug Small, de Global. Les débats des chefs ont été menés sous la supervision de l'écrivaine Antonine Maillet, pour celui en français, et de la présidente de la Commission ontarienne des relations de travail, Rosalie Silberman Abella, pour celui en anglais (Monière, 1992).

Les débats de 1988 ont suscité beaucoup d'intérêt et de nombreuses réactions (Monière, 1992; Université de Sherbrooke, 2007c). Chez les journalistes, tous s'accordaient pour dire que le grand perdant demeurait Ed Broadbent, surtout à cause de sa piètre performance lors de l'affrontement en français. Maîtrisant peu la langue de Molière, il n'a pas réussi à conquérir l'électorat francophone. Toutefois, les opinions quant au gagnant demeuraient partagées. Plusieurs estimaient que Turner avait marqué des points, notamment sur la question du libre-échange, fortement critiqué. Toutefois, on pensait aussi que Mulroney avait su tirer son épingle du jeu, esquivant les pièges tendus par ses opposants (Monière, 1992).

Certains croyaient que le débat des chefs n'avait eu aucun effet sur les électeurs. Certains stratèges des partis politiques, au contraire, pensaient que les débats avaient permis d'influencer l'opinion de la presse à propos de leur candidat et conséquemment, celle de leur lectorat. C'était le cas des libéraux, qui pensaient que Turner avait montré, lors du débat, qu'il n'était pas le chef faible que l'on décrivait dans les médias. De fait, un sondage effectué par la maison Environnics montre qu'au lendemain du débat des chefs, 14% des électeurs qui croyaient voter pour le Parti conservateur avant le débat disaient maintenant vouloir appuyer le Parti libéral après le débat (Monière, 1992; Nadeau, 1998). De plus, 16% de ceux qui songeaient à élire le Nouveau parti démocratique avant l'événement télévisé se sont aussi tournés vers le Parti libéral suite à celui-ci (Monière, 1992). Malgré cela, Brian Mulroney a été réélu avec une majorité parlementaire cette année-là. Fait à souligner: les libéraux ont remporté deux fois plus de sièges lors de cette élection que lors de celle 1984, soit 82 circonscriptions contre 40 (Université de Sherbrooke, 2007c). Ainsi, tel que le mentionne Richard Nadeau, le débat de 1988 a «joué un rôle significatif sur l'élection» (1998, p. B3).

Les débats des chefs de 1993

La montée des libéraux a connu son apogée lors de l'élection de 1993. Les conservateurs, affaiblis par la démission de Brian Mulroney à la tête du parti à la suite d'une série de scandales et de mesures impopulaires, n'ont pas su cette fois tirer avantage du débat des chefs, comme ils l'avaient fait en 1984. La débâcle qui a suivi le départ de Mulroney n'a fait que s'aggraver avec celle qui lui a succédé, Kim Campbell. À prime abord populaire, elle a ensuite énoncé plusieurs commentaires controversés, faisant tourner le vent en sa défaveur. Elle a notamment causé beaucoup de mécontentement lorsqu'elle a affirmé qu'elle ne croyait pas que le déficit et le taux de chômage allaient diminuer d'ici 2000. Le jusque-là mal-aimé, Jean Chrétien, à la tête du Parti libéral, a alors gagné en popularité. Le NPD, dirigé par Audrey McLaughlin, n'était pas non plus en très bonne posture, ses appuis le délaissant pour un nouveau parti, le Parti réformiste du Canada, mené par Preston Manning (Nouveau parti démocratique, 2008). Un cinquième parti, le Bloc québécois, dirigé par Lucien Bouchard et formé d'anciens députés libéraux et conservateurs prônant la souveraineté du Québec, a également vu le jour en 1990. C'est dans ce contexte que s'inscrivait le débat des chefs de 1993. Désormais bien ancré dans les mœurs politiques canadiennes, la pertinence de sa tenue n'a pas été remise en question.

La formule du débat des chefs adoptée en 1993 a surtout été contestée par les petits partis, plus particulièrement le Parti Vert, le Parti de la loi naturelle et le Parti national du Canada (Parti Vert du Canada, 2005; Bureau du commissaire à la magistrature fédérale, 1993; QuébecPolitique.com, 2007). Les représentants de ces derniers n'ont pas été invités à participer aux échanges, ne satisfaisant pas aux critères des télédiffuseurs. Pour que son dirigeant soit convié au débat des chefs, chaque parti devait en effet:

- a. avoir au moins un membre siégeant à la Chambre des communes;
- b. avoir exercé, au cours des dernières années, une influence constante sur l'opinion publique canadienne et avoir obtenu au moins cinq pour cent des intentions de vote dans différents sondages;
- c. avoir à sa tête un chef qui, ces dernières années, a pris position publiquement et de façon remarquée dans les débats constitutionnels et économiques au Canada. (Bureau du commissaire à la magistrature fédérale, 1993, p. 1)

Cette liste de pré-requis avait préalablement été approuvée par les différents réseaux de télévision diffusant le débat des chefs sur leurs ondes (Bureau du commissaire à la magistrature fédérale, 1993).

Ainsi, les chefs du Parti progressiste-conservateur, du Parti libéral, du Nouveau Parti démocratique, du Parti réformiste et du Bloc québécois se sont affrontés lors de deux débats d'idées télévisés (Bureau du commissaire à la magistrature fédérale, 1993; Parti Vert du Canada, 2005). Le premier, se déroulant en français, a eu lieu le 3 octobre 1993. Le deuxième, en anglais cette fois, s'est tenu le lendemain. Ne parlant pas français, Preston Manning a vu sa participation au débat du 3 octobre réduite à la lecture d'une déclaration au début et à la fin de l'émission. Cette dernière a été diffusée sur les ondes de la Société Radio-Canada, de Global Television Network et de la Canadian Broadcasting Corporation. Le débat a eu lieu devant un public et a été transmis en direct. Plusieurs journalistes ainsi que des membres du public ont pu interroger les différents chefs. Ceux-ci ne connaissaient pas à l'avance les questions qui leur seraient posées (Bureau du commissaire à la magistrature fédérale, 1993). Tous s'accordent pour dire que la grande perdante du débat des chefs a été Kim Campbell.

Avant le débat, 32% des téléspectateurs accordaient leur préférence à Kim Campbell en ce qui concernait la performance [pendant la campagne électorale]. Cet appui a chuté à 17% après le débat. Pire encore, 57% de ceux qui avaient l'intention de voter pour les conservateurs sont devenus indécis ou ont changé leur intention de vote. (Baril, 1996, p. 2)

On reprochait notamment à la chef du Parti progressiste-conservateur de s'être montrée agressive et confuse durant le débat. La mauvaise qualité de son français était aussi en cause. Ainsi, c'est son comportement, ou du moins ce que l'on en avait vu à la télévision, qui faisait problème et non pas ses idées (Baril, 1996). L'élection confirmera les prédictions des sondages. Le Parti progressiste-conservateur a subi la pire défaite de toute l'histoire du Canada pour un parti fédéral au pouvoir: le nombre de sièges qu'il possédait à la Chambre des communes est passé de 151 à 2. Il n'a obtenu que 16% des votes. En 1988, il s'était mérité 43% des votes. Face à cette débâcle, Kim Campbell a démissionné de son poste.

Les débats des chefs de 1997

Le règne triomphal du Parti libéral a toutefois été de courte durée. En effet, la conjoncture politique canadienne était moins favorable aux libéraux lors de l'élection suivante, soit celle du 2 juin 1997. La grogne envers le premier ministre Jean Chrétien se faisait sentir de la part des citoyens des provinces de l'Atlantique. On lui reprochait, entre autres choses, de nombreuses compressions,

notamment à l'assurance-emploi. Au Québec, c'est le taux de chômage élevé qui suscitait le mécontentement envers les libéraux (Nadeau *et al.*, 2001). Sentant sa popularité décroître lentement, Chrétien a alors décidé de déclencher l'élection plus rapidement que prévu afin d'éviter de perdre tous ses appuis. Il s'agissait du deuxième mandat majoritaire le plus court de l'histoire du Canada.

C'est dans ce contexte que s'est inscrit le débat des chefs de 1997. Peu de discussions ont eu lieu à propos de la forme de celui-ci. Seuls les partis exclus de l'événement télévisé, plus particulièrement le Parti Vert du Canada, ont encore une fois reproché aux diffuseurs d'avoir accepté la présence de certains chefs de partis au détriment d'autres (Parti Vert du Canada, 2008). Comme à l'habitude, deux débats ont été tenus: l'un en anglais, le 12 mai 1997, et l'autre en français, le 13 mai 1997. Y ont participé: le chef du Parti libéral, Jean Chrétien, le chef du Parti réformiste, Preston Manning, le chef du Parti progressiste-conservateur, Jean Charest, le chef du Bloc québécois, Gilles Duceppe, et la chef du Nouveau parti démocratique, Alexa McDonough. La modération du débat des chefs en anglais a été assurée par Ann Medina et celle de l'émission en français par Claire Lamarche (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 1997). La dernière partie du débat tenu dans la langue de Molière, celle traitant de l'unité canadienne, a dû être reportée à la suite de l'évanouissement de l'animatrice Claire Lamarche. Cette portion de l'événement télévisé sera finalement portée sur les ondes le 18 mai 1997. Une fois de plus, des journalistes de différents réseaux médiatiques ont été invités à poser des questions aux participants du débat des chefs.

Jean Charest, chef du Parti progressiste-conservateur, a été déclaré grand gagnant du débat (The Canadian Encyclopedia, 2008; Nadeau, 1998). Au lendemain de cet échange d'idées entre les chefs de parti, de nombreux sondages donnaient l'avance au dirigeant des conservateurs. Malheureusement pour Jean Charest, l'impact du débat des chefs sur l'électorat canadien n'a été que temporaire (Nadeau, 1998). De fait, le jour du scrutin, on ne notait que quelques gains des conservateurs dans les Maritimes. Cette percée a été insuffisante pour détrôner Jean Chrétien du poste de Premier ministre (Université de Sherbrooke, 2008). C'est ce qui fera dire à de nombreux analystes que le débat des chefs de 1997 n'a eu que peu d'effet sur les électeurs. Les résultats de l'élection de 1997 ressemblaient à s'y méprendre à ceux de 1993, à l'exception d'une défaite des libéraux dans les provinces atlantiques au profit du NPD.

Les débats des chefs de 2000

Le parti de Jean Chrétien a regagné ces sièges perdus lors de l'élection suivante, soit celle du 27 novembre 2000. Fidèle à ses habitudes, le premier ministre et chef du Parti libéral a déclenché l'élection prématurément, réduisant ainsi volontairement son mandat de quatre mois afin de s'assurer un climat politique favorable à son gouvernement. Chrétien connaissait alors un regain de popularité au Québec et dans les provinces maritimes, notamment grâce à des modifications au régime d'assurance-emploi, à la réduction de la dette et à la création d'emplois, principales causes de son insuccès dans ces régions lors de l'élection précédente. De plus, les chefs des partis concurrents semblaient alors incapables de se lancer dans une campagne électorale digne de ce nom, contrairement au Premier ministre dont le gouvernement bénéficiait d'un taux de satisfaction élevé. En effet, les électeurs semblaient heureux de la gestion de l'économie effectuée par les libéraux pendant les trois dernières années (Nadeau *et al.*, 2001). C'est pourquoi Jean Chrétien a décidé de profiter du vent de bon augure qui soufflait alors sur le Canada pour le Parti libéral.

La formule du débat des chefs de 2000 a suivi le même modèle que celui de 1997. Deux débats de deux heures chacun ont été présentés : l'un, en français, le 8 novembre 2000, et l'autre en anglais, le 9 novembre 2000 (Université McGill, 2008; Rochefort, 2000). S'y sont affrontés : le chef du Parti libéral, Jean Chrétien, le chef du Parti progressiste-conservateur, Joe Clark, le chef du Bloc québécois, Gilles Duceppe, la chef du Nouveau parti démocratique, Alexa McDonough, et le chef d'un nouveau parti, l'Alliance canadienne, Stockwell Day (Université McGill, 2008). Ce dernier était en fait une version remaniée du défunt Parti réformiste de Preston Manning. L'événement télévisé s'est déroulé sans heurts ni faits véritablement marquants. Les analystes notent une bonne performance de la part du chef bloquiste. Toutefois, l'impression générale qui se dégageait du débat des chefs est que celui-ci manquait de contenu. Certains prétendaient que l'on n'a pu assister qu'à une lutte injurieuse où chaque participant tentait d'invectiver son adversaire sans mettre de l'avant ses propres propositions politiques. D'autres, comme la présidente de la Centrale des syndicats du Québec, Monique Richard, ont déploré l'absence d'échanges autour de thèmes primordiaux tels que la jeunesse, la culture, la pauvreté et la mondialisation (Rochefort, 2000). Bref, tous se sont entendus pour décrire le débat de 2000 comme manquant de substance.

Cette prestation télévisée dénuée d'intérêt et le manque d'enjeux électoraux d'importance pourraient en partie expliquer la faible participation à l'élection de novembre 2000. «Avec un taux de

participation de 61%, l'élection fédérale de 2000 est celle qui a mobilisé la plus faible proportion d'électeurs inscrits depuis la fondation du Canada en 1867» (Bastien, 2004, p. 178). Ce record sera par la suite battu lors de l'élection fédérale de 2008, où seulement 59,1% des électeurs se sont rendus aux urnes (Radio-Canada, 2008a). On indique que lors des débats de 1993 et 1997, Jean Chrétien a dû se mesurer à des adversaires beaucoup plus populaires que lui, en particulier au Québec, soit Lucien Bouchard et Jean Charest. Cette fois-ci, aucun des candidats ne semblait plus apprécié de l'électorat canadien que les autres (Nadeau *et al.*, 2001). Ainsi, le Parti libéral s'est assuré sans surprise et avec facilité une majorité de sièges au Parlement et un troisième mandat consécutif. Il s'agissait d'un échec cuisant pour tous les autres partis.

Les débats des chefs de 2004

L'avenir semble se dessiner de façon semblable pour le Parti libéral lors de l'élection du 28 juin 2004. Toutefois, la réputation du parti est entachée d'un scandale politico-financier, appelé le «scandale des commandites». Les accusations de fraude pesant sur les libéraux ont alors complètement modifié la donne politique. Leur nouveau chef, Paul Martin, qui était ministre des Finances au moment du scandale, s'est vu déstabilisé par ces révélations. Le Parti libéral s'est aussi vu affaibli par l'impopularité de nombre de ses pendants provinciaux, notamment en Ontario, et par l'affrontement de diverses factions au sein même du parti depuis le départ de Jean Chrétien. Il devait aussi cette fois faire face à une droite unifiée, l'Alliance canadienne et le Parti progressiste-conservateur s'étant fusionnés afin de former un nouveau Parti conservateur, sous la direction de Stephen Harper.

Ainsi, c'est hésitant et peu sûr de lui que Paul Martin s'est rendu aux deux débats des chefs prévus pour l'élection. Le premier, se tenant en français, a eu lieu le 14 juin, pendant deux heures. Celui en anglais s'est déroulé le lendemain, durant le même laps de temps (Lessard, 2004; Université de Sherbrooke, 2007d). Paul Martin y représentait le Parti libéral, Stephen Harper le Parti conservateur, Gilles Duceppe le Bloc québécois, et Jack Layton le Nouveau parti démocratique. Une fois de plus, le Parti Vert a été exclu du débat. Le consortium des télédiffuseurs a justifié sa décision de ne pas admettre le chef de cette formation politique au débat par le fait que la présence de cinq participants serait difficilement gérable. Pourtant, cinq candidats se sont affrontés lors des débats des chefs de 1993, 1997 et 2000 (Parti Vert du Canada, 2008). Ce choix a évidemment généré la colère dans les rangs des verts, sans que cela n'y change quoi que ce soit. Les thèmes discutés ont été les

suivants: la gouvernance et l'éthique, l'économie et les finances publiques, la santé ainsi que la justice et les questions sociales (Vastel, 2004; Université de Sherbrooke, 2007d). Le débat en français fut présidé par Jacques Moisan et diffusé sur les ondes de TVA et de la Société Radio-Canada (Coudé-Lord, 2005). À la surprise générale, Paul Martin a fait bonne figure lors des débats.

À la veille du débat, les stratèges libéraux en étaient rendus à espérer simplement que Paul Martin «s'en sortirait vivant». Finalement, non seulement M. Martin s'en est-il sorti bien vivant, mais il a beaucoup mieux «performé» que ce à quoi l'on attendait (*sic*)... (Gagnon, 2004, p. 2)

Toutefois, de l'avis des journalistes et des électeurs, le grand vainqueur du débat francophone fut sans conteste le chef bloquiste Gilles Duceppe (Lessard, 2004). Du côté anglophone, les analystes et les citoyens ont décerné la palme à Stephen Harper. En effet, selon un sondage Léger Marketing, 26% de l'électorat pensait que Stephen Harper avait donné une meilleure prestation que les autres candidats, contre 20% pour Paul Martin, 12% pour Gilles Duceppe et 8% pour Jack Layton (2004).

Le chef du Parti conservateur s'est montré calme et posé lors des événements télévisés. Gilles Duceppe, quant à lui, a plutôt opté pour un ton incisif et agressif qui semblait avoir bien fonctionné (Gagnon, 2004; Vastel, 2004). De fait, la majorité des Québécois ayant regardé le débat des chefs en anglais donnait une fois de plus la victoire au chef bloquiste, perception qui n'était toutefois pas partagée par le reste du Canada (Fournier *et al.*, 2004). Malgré tout, tous s'accordent pour dire que les débats des chefs de 2004 manquaient grandement de substance. Comme lors de l'édition précédente, les chefs de partis ont préféré s'insulter l'un l'autre plutôt que de mettre de l'avant les idées contenues dans leur programme électoral (Vastel, 2004). La bonne qualité du français des différents candidats à la direction du pays lors du débat du 14 juin a toutefois semblé ajouter un certain intérêt à l'exercice politique aux yeux de plusieurs (Université de Sherbrooke, 2007d; Vastel, 2004). Par contre, les échanges ont été généralement fades et sans éclat (Giroux, 2004). Ces qualificatifs pourraient expliquer le faible taux d'écoute aux débats. 42% des Canadiens ont regardé le débat en français et 38% ont visionné celui en anglais (Lessard, 2004; Léger Marketing, 2004). Dans le premier cas, 58% des personnes qui l'ont regardé ne l'ont pas suivi jusqu'à la fin (Lessard, 2004). Dans le deuxième cas, 74% des téléspectateurs n'ont visionné le débat qu'en partie (Léger Marketing, 2004).

Ces résultats anémiques pourraient indiquer que le débat des chefs de 2004 n'a eu que peu d'impact sur l'électorat canadien. En effet, les sondages effectués avant et après l'exercice télévisé

montrent que les allégeances partisans sont restées les mêmes (Léger Marketing, 2004). Malgré sa victoire supposée au débat des chefs, Stephen Harper n'a pas réussi à s'imposer comme premier ministre du Canada. Paul Martin est sorti victorieux de cette 38^e élection générale, mais à la tête d'un gouvernement minoritaire. Le Parti conservateur a formé l'opposition officielle avec l'acquisition de 21 sièges supplémentaires. Le NPD a obtenu 15% des votes, son taux le plus important en seize ans. Même le Parti vert a récolté un certain succès, décrochant deux fois plus de voix que le total cumulé des résultats électoraux de toute son existence. Le Bloc québécois a gagné quant à lui seize sièges supplémentaires.

Les débats des chefs de 2006

La chute du Parti libéral s'est aggravée deux ans plus tard. Dès l'élection de Paul Martin, en 2004, les différents partis d'opposition, plus particulièrement le Bloc québécois et le Parti conservateur, semblaient attendre avec impatience l'élection suivante. Le Parti libéral apparaissait en situation de faiblesse, surtout avec les déclarations entendues à la commission Gomery, chargée d'enquêter sur le scandale des commandites. Ainsi, une motion de non-confiance envers le gouvernement a été votée par le NPD, le Bloc québécois et le Parti conservateur, le 24 novembre 2005, forçant le premier ministre à déclencher une élection, même s'il s'était préalablement engagé à dissoudre le parlement le 25 avril 2006, lors du dépôt du deuxième rapport de la commission Gomery. Le jour du scrutin a finalement été fixé au 23 janvier 2006. Déjà ternie, la réputation du Parti libéral a été une fois de plus affectée par de nouvelles révélations de scandale au cours de la campagne électorale. En effet, une enquête de la Gendarmerie Royale du Canada laissait croire à des fuites vers certains milieux financiers de la part du ministère des finances. Suite à ces déclarations, la popularité des conservateurs a grimpé en flèche.

Comme la campagne électorale se tenait durant la période des Fêtes, on a décidé de tenir deux séries de deux débats chacune. Chaque débat des chefs devait durer deux heures. Deux débats ont donc eu lieu avant Noël et deux autres se sont tenus après le premier de l'an afin de permettre une pause entre ces deux dates. Ainsi, le premier débat en français s'est déroulé le 15 décembre 2005, animé par la journaliste Sophie Thibault, suivi le lendemain du débat en anglais (Névé Éditions, 2008; Coudé-Lord, 2005). Le deuxième débat en anglais a été diffusé le 9 janvier 2006 et celui en français, le

10 janvier 2006 (Névé Éditions, 2008). Ce dernier a été dirigé par la journaliste Dominique Poirier. Les débats en anglais ont été animés par Trina McQueen (Coudé-Lord, 2005).

Les mêmes participants que lors du débat des chefs de 2004 étaient présents. À son grand malheur, le Parti Vert a continué d'être exclu des échanges. En effet, le consortium des télédiffuseurs a déclaré ne pas pouvoir accepter la présence du chef d'un parti qui n'était pas représenté au parlement (Névé Éditions, 2008). Le groupe des diffuseurs était formé de CBC, Radio-Canada, CTV et TVA. Ce sont eux qui ont transmis sur leurs ondes les quatre débats des chefs (Coudé-Lord, 2005). Les deux premières émissions ont été présentées à Vancouver et les deux dernières, à Montréal, dans les studios de la Société Radio-Canada (Radio-Canada, 2006).

La formule de ces exercices démocratiques a légèrement été modifiée par rapport à l'édition de 2004. En effet, les différents chefs de partis n'avaient jamais d'échange verbal direct. Chacun d'eux devaient plutôt répondre à des questions. Dans le cas des deux premiers débats, les questions provenaient des citoyens. Lors des deux derniers débats, c'est le modérateur qui interrogeait les participants. Il pouvait même relancer la discussion avec des sous-questions (Radio-Canada, 2006).

Fidèles à leurs habitudes, les analystes politiques canadiens se sont chargés de décréter qui des quatre chefs présents aux débats allait être couronné grand gagnant. C'est le représentant du Nouveau parti démocratique, Jack Layton, qui s'est cette fois mérité cet honneur. On l'a notamment félicité pour ses idées sur les thèmes des soins de santé, des garderies, de l'éducation et de la privatisation des services publics. La performance de Paul Martin a aussi été qualifiée de bonne. Stephen Harper, quant à lui, a fait mauvaise figure selon nombre de téléspectateurs (Syndicat canadien de la fonction publique, 2005). Certains analystes ont quant à eux déclaré qu'aucun des candidats ne s'était démarqué. Toutefois, ils ont précisé que la performance de Stephen Harper demeurait la moins mémorable (Centre de recherche Décima, 2005). On aussi a souligné l'assurance de Gilles Duceppe lors des débats en français. Toutefois, il a semblé peu sûr de lui lors des affrontements en anglais.

Un sondage effectué au lendemain du débat du 16 décembre déclarait que 72% des personnes sondées croyaient que Jack Layton avait été convaincant durant l'émission contre 66% pour Paul Martin et 60% pour Stephen Harper. Ainsi, cette victoire du chef du NPD n'en est qu'une très relative. «Le débat n'a été ni un désastre, ni un triomphe pour aucun des chefs. Ils ont tous fait des gains, bien qu'ils soient plus difficiles à constater pour Stephen Harper que pour les deux autres

chefs», a expliqué Bruce Anderson, président directeur général de la firme ayant effectué le sondage, le Centre de recherche Décima (2005, p. 3). Malgré ces résultats, d'autres sondages effectués au même moment indiquent que le Parti conservateur s'est maintenu en tête des intentions de vote. C'est donc dire que les débats des chefs n'ont eu que peu d'incidence sur le choix des électeurs (Radio-Canada, 2006).

Cette situation peut être expliquée par le peu d'intérêt qu'ont suscité les différents débats des chefs. On leur a surtout reproché leur effet soporifique. De plus, certains thèmes y ont été complètement occultés. C'est le cas de l'environnement et des enjeux concernant les femmes (Bédard, 2008; Miron, 2006). Ainsi, malgré ce qu'ont prédit les sondages sur le débat, c'est Stephen Harper qui s'est hissé à la tête du gouvernement du Canada, le 23 janvier 2006. Sa victoire s'est faite par une bien mince avance sur ses adversaires. En effet, il s'agit du plus petit gouvernement minoritaire de l'histoire du pays en termes de nombre de sièges détenus par le parti au pouvoir. Le NPD a toutefois fait bonne figure, effectuant des gains importants en Colombie-Britannique et en Ontario. Les libéraux perdent trente de leurs sièges au parlement et le Bloc québécois, trois.

1.1.3 Le débat des chefs au Québec

Le débat des chefs de 1962

Le Québec a fait figure de pionnier au sujet des débats des chefs au Canada. En effet, c'est dans «la belle province» que se sont opposés pour la première fois les différents chefs de partis à la télévision dans le cadre d'une campagne électorale (Deshaies, 2002; Nadeau, 1998; Assemblée Nationale, 2002). Ainsi, le 11 novembre 1962, le premier ministre et chef du Parti libéral du Québec, Jean Lesage, et le chef de l'Union nationale, Daniel Johnson (père), ont pu confronter leurs idées publiquement au petit écran en vue de l'élection du 14 novembre (Deshaies, 2002; Radio-Canada, 2008b). Les libéraux n'étaient au pouvoir que depuis deux ans, mais ont tout de même déclenché une élection, sentant un vent propice souffler en leur faveur. L'Union nationale se trouvait en position de faiblesse: son chef était nouveau à la tête du parti et son organisateur en chef, André Lagarde, avait été arrêté pour fraude.

La décision de tenir un débat des chefs demeure principalement explicable par le contexte sociopolitique du début des années 1960 au Québec. La Révolution tranquille était en cours dans la province et les Québécois aspiraient à évoluer dans un système politique plus démocratique. Partout, de nombreuses voix progressistes s'élevaient, dont celle du Parti libéral, poussant l'Union nationale à réviser les bases de son programme. Cette volonté citoyenne de changement a amené les divers partis politiques à prendre certaines mesures afin d'assainir le climat politique de l'époque. L'exposition publique des idées de Daniel Johnson et Jean Lesage lors d'un débat était l'une des solutions proposées pour faciliter l'accès des électeurs québécois à de l'information sur les différents candidats (Deshaies, 2002).

Un seul débat, tenu en français uniquement, a eu lieu. Il a été diffusé sur les ondes de Radio-Canada. Sa structure, plus particulièrement le choix de l'animateur, a fait l'objet de longues discussions entre les partis politiques et le diffuseur (Radio-Canada, 2008b). L'événement télévisé a finalement été animé par Raymond Charette. Les participants y ont débattu de la nationalisation de l'électricité, du gaz naturel et du Trans-Canada Pipeline, de leurs programmes respectifs ainsi que du bilan des deux dernières années au pouvoir du Parti libéral, formant alors un gouvernement majoritaire (Université de Sherbrooke, 2007a). Ce dernier avait insisté pour que l'on discute des deux premiers thèmes, car ceux-ci mettaient en valeur ses réalisations au détriment de l'Union nationale (Radio-Canada, 2008b). L'exercice a duré 1 heure et 45 minutes (Université de Sherbrooke, 2007a). Chaque chef devait en premier lieu se prononcer sur chacun des sujets. Par la suite, des journalistes avaient l'occasion d'interroger les participants (Radio-Canada, 2008b). Les journalistes présents étaient: Paul Sauriol du *Devoir*, Gérard Pelletier de *La Presse*, Bill Bantey de *The Gazette*, Jean V. Dufresne du magazine *Maclean's*, et Lucien Langlois et Clément Brown du *Montréal-Matin* (Radio-Canada, 2008b; Université de Sherbrooke, 2007a).

Au lendemain du débat, les avis étaient partagés quant aux performances des chefs de partis. Cependant, une majorité d'analystes ont déclaré que Jean Lesage s'en était mieux tiré que son adversaire (Université de Sherbrooke, 2007a). En effet, le chef libéral a semblé plus calme et plus en contrôle de ses dossiers que son pendant de l'Union nationale. Ce dernier a plutôt paru agressif, énervé et moins bien organisé que Lesage (Radio-Canada, 2008b). Ce résultat a pu paraître surprenant compte tenu du caractère impulsif et impétueux du premier ministre sortant. On a appris des années plus tard dans un dossier publié par le quotidien *Le Devoir* que le stratège de Jean Lesage, Maurice Leroux, lui avait suggéré de ne pas s'emporter et de toujours regarder la caméra et non pas son opposant (Radio-Canada, 2007a; Radio-Canada, 2008b). Il s'était aussi assuré que la hauteur des micros et l'éclairage

lors du débat avantagent son protégé (Radio-Canada, 2007b). Les résultats du scrutin du 14 novembre 1962 ont confirmé les impressions laissées par le débat. Jean Lesage est reporté au pouvoir à la tête d'un gouvernement majoritaire. Avec 56% des voix et 63 députés, les libéraux augmentent tant leur part des suffrages que leur nombre de sièges (Assemblée Nationale, 2002).

Le débat des chefs de 1994

Malgré cette première expérience concluante, l'exercice ne sera pas répété avant 1994. Quelques débats entre des chefs de partis ont bien eu lieu lors des années 1970 et 1980, mais à la radio seulement. Étonnamment, le débat des chefs de 1962 n'avait pas emballé ses deux participants, plus particulièrement Daniel Johnson, qui y avait fait mauvaise figure. Ils n'ont donc pas répété l'expérience lors de l'élection de 1966. Leurs successeurs ont eux aussi préféré éviter la télévision afin de ne pas y répéter les mêmes erreurs que Daniel Johnson. C'est pourquoi les débats des chefs de 1970 et de 1976, entre René Lévesque, chef du Parti québécois, et Robert Bourassa, chef du Parti libéral, se sont plutôt déroulés à la radio. Le débat des chefs de 1985 aurait pu avoir lieu à la télévision. Toutefois, le chef du Parti indépendantiste, Denis Monière, a exigé d'y être présent puisque son parti possédait un député à l'Assemblée nationale (Radio-Canada, 2007c). Cette demande élevait donc à quatre le nombre de participants au débat des chefs avec le chef du Parti québécois, Pierre-Marc Johnson, le chef du Parti libéral, Robert Bourassa, et le chef de l'Union nationale, André Léveillé (Radio-Canada, 2007d). Les candidats péquiste et libéral ont refusé qu'un débat à quatre se déroule à la télévision. C'est donc à la radio qu'il a été livré (Radio-Canada, 2007c). Aucun débat des chefs n'a été effectué lors de l'élection de 1989. Le chef du Parti libéral, Robert Bourassa, avait bien proposé une date, mais celle-ci se situait trop tôt dans la campagne selon le chef péquiste, Jacques Parizeau. Bourassa a refusé que le débat des chefs soit tenu à la fin de la campagne. Aucun affrontement télévisé ou radiophonique n'a donc eu lieu entre les deux hommes (Radio-Canada, 2007e).

Ce n'est qu'à l'élection du 12 septembre 1994 que le débat des chefs a été de nouveau télédiffusé (Université de Sherbrooke, 2007e). À l'époque, le Parti libéral, dirigé depuis peu par Daniel Johnson (le fils de l'ancien chef de l'Union nationale), terminait son deuxième mandat consécutif à la tête du gouvernement du Québec. Il est affaibli par l'imposant rejet qu'a subi l'entente de Charlottetown, lors du référendum de 1992. De plus, une récession économique faisait rage, créant insatisfaction et désir de changement chez les citoyens. De nombreux ministres et députés ont quitté le

parti, mais la relève a tardé à se manifester. De leur côté, les péquistes et leur chef, Jacques Parizeau, pouvaient compter sur plusieurs nouveaux candidats compétents. De surcroît, l'élection de 54 députés du Bloc québécois au Parlement fédéral n'a pu être que bénéfique au parti souverainiste. Ainsi, l'avenir ne semblait pas rose pour les libéraux de Daniel Johnson à l'aube du deuxième débat des chefs de l'histoire de la province (Lesage, 2008).

Ce dernier a pourtant bien failli ne pas avoir lieu. En effet, le chef du Parti québécois a tenté d'éviter l'exercice pour finalement revenir sur sa décision et accepter de confronter Daniel Johnson lors d'un débat des chefs télévisé. Mario Dumont, chef d'un parti nouvellement formé, l'Action démocratique du Québec, voulait à tout prix participer à l'échange (Radio-Canada, 2007e). Devant le refus du consortium des diffuseurs, il a présenté une requête à la Cour supérieure du Québec afin de forcer les réseaux médiatiques à l'inviter au débat (Bouchard, 2007a; Radio-Canada, 2007e). La cour a rejeté sa demande, rejet qui a ensuite été confirmé quelques jours plus tard par la Cour d'appel du Québec (Radio-Canada, 2007e; Bouchard, 2007b).

Seuls Jacques Parizeau et Daniel Johnson ont donc pu participer au débat des chefs du 29 août 1994. Les réseaux Radio-Canada, TVA et Radio-Québec (aujourd'hui appelé Télé-Québec) ont présenté l'émission. La modération des échanges a été effectuée par le lecteur de nouvelles Jacques Moisan (Radio-Canada, 2007e). Encore une fois, ce sont des journalistes qui ont interrogé les chefs sur différents sujets, dont la santé, la souveraineté, la gouverne des affaires publiques et le rôle de l'État, les forçant ainsi à en débattre. Les journalistes invités étaient Stéphan Bureau, Jean-François Lépine et Anne-Marie Dussault (Université de Sherbrooke, 2007e; Lesage, 2008).

La plupart des analystes s'accordaient pour déclarer l'affrontement nul, c'est-à-dire sans réel gagnant (Nadeau, 1998). Ce dernier a cependant permis aux électeurs de mieux connaître les programmes des partis politiques et de constater l'ampleur de la différence entre les deux (Lesage, 2008). Le débat ne semble pas avoir influencé l'issue du scrutin du 12 septembre. «Les observateurs s'entendent généralement pour reconnaître que les échanges plutôt techniques entre les deux hommes ne leur ont pas permis d'influencer de façon significative l'allure de la campagne» (Université de Sherbrooke, 2007e). Toutefois, on peut dire que 1994 marque un tournant dans l'histoire politique québécoise. En effet, c'est à ce moment que le débat des chefs s'est réellement inscrit dans les mœurs politiques de la belle province. L'affrontement entre Parizeau et Johnson a servi de modèle aux débats subséquents (Nadeau, 1998; Lesage, 2008).

Sans surprise, Jacques Parizeau et le Parti québécois ont pris les rennes du gouvernement provincial avec trente députés élus de plus que le Parti libéral. Toutefois, chacun des partis a reçu une part des suffrages à peu près équivalente, à quelques milliers de votes près. Il s'agissait aussi de l'opposition la plus importante depuis 1966 au Québec. Ainsi, le résultat du vote était à l'image du débat des chefs: il s'agissait presque d'un match nul (Lesage, 2008).

Le débat des chefs de 1998

La campagne électorale suivante, celle précédant l'élection du 30 novembre 1998, s'est amorcée de façon encourageante pour les militants du Parti québécois. Le niveau de satisfaction des citoyens envers le gouvernement provincial s'avérait relativement positif et la conjoncture économique, favorable au pouvoir en place. De plus, les péquistes n'en étaient qu'à leur premier mandat à la tête du gouvernement québécois. Ainsi, le désir de changement qui s'empare généralement des électeurs après deux mandats consécutifs d'un même parti n'avait pas encore fait son œuvre. Les intentions de vote avant le débat des chefs laissaient croire à une victoire du chef du Parti québécois, Lucien Bouchard (Nadeau, 1998). Toutefois, cette avance n'était pas très importante (Radio-Canada, 2007f).

Le débat des chefs de l'élection de 1998 s'est tenu le 17 novembre et a opposé le chef du Parti québécois et premier ministre, Lucien Bouchard, le chef du Parti libéral, Jean Charest, et le chef de l'Action démocratique, Mario Dumont. Ce dernier a pu cette fois prendre part au débat, car l'ADQ comptait dorénavant un député siégeant à l'Assemblée nationale: lui-même. Encore une fois, l'émission est diffusée sur les ondes de Radio-Canada, TVA et Télé-Québec et est animée par Jacques Moisan (Radio-Canada, 2007f). Pendant deux heures, les participants ont pu discuter de l'économie et de l'emploi, de l'éducation et de la mission sociale de l'État, des finances publiques et de la fiscalité, de la santé ainsi que du statut particulier du Québec (Radio-Canada, 2007f; Fédération des commissions scolaires du Québec, 1998). La formule adoptée a donné l'occasion aux chefs de partis de s'affronter directement (Nadeau, 1998). Quelques 2,5 millions de Québécois étaient rivés devant leur téléviseur afin de s'informer des programmes offerts par les partis représentés au débat des chefs (Radio-Canada, 2007f).

Encore une fois, aucun des candidats présents n'a semblé se démarquer des autres (Radio-Canada, 2007f). Ils ont dû essuyer plusieurs critiques sur le contenu de leurs interventions. On leur a entre autres reproché d'avoir complètement occulté la question de l'éducation (Fédération des commissions scolaires du Québec, 1998). Sur le thème de la fiscalité, on a souligné le fait que les trois chefs n'ont traité que de la Société générale de financement du Québec, laissant de côté les questions de conciliation travail-famille et de baisses d'impôt (Conseil permanent de la jeunesse, 2004). On les a aussi accusés de ne pas avoir répondu à une question de Jacques Moisan sur la sauvegarde des réseaux publics (Confédération des syndicats nationaux, 1998). Bref, l'impact du débat télévisé des chefs de 1998 ne s'est pas tant fait sentir chez les électeurs que sur les traditions politiques du Québec. En effet, sa tenue a confirmé l'importance du débat des chefs dans toute campagne électorale de la province et l'a érigé en incontournable de la politique québécoise (Nadeau, 1998).

Tel qu'annoncé avant le débat des chefs, le Parti québécois a remporté l'élection du 30 novembre 1998 avec une majorité de sièges à l'Assemblée nationale, soit 76 sur 125 (Dionne, 2003). Toutefois, le pourcentage des suffrages obtenus par les péquistes était inférieur à celui du Parti libéral avec 42,9% des voix contre 43,5% (Conseil permanent de la jeunesse, 2004). Lucien Bouchard est donc devenu premier ministre du Québec.

Le débat des chefs de 2003

Le Parti québécois a sollicité un troisième mandat lors de l'élection du 14 avril 2003. La tâche semblait ardue: les citoyens québécois étaient mécontents de plusieurs éléments du bilan péquiste. La majeure partie de cette grogne était causée par la fusion de plusieurs municipalités du Québec sans que le gouvernement n'ait obtenu l'accord de leurs résidents avant de procéder aux regroupements des villes. De plus, de nombreux électeurs questionnaient la pertinence de la présence d'un parti souverainiste à la tête de la province. Après deux référendums rejetant l'idée de faire du Québec un pays, plusieurs croyaient que ce projet de société n'avait plus sa raison d'être (Dionne, 2003; Conseil permanent de la jeunesse, 2004). Comme c'est souvent le cas après deux mandats consécutifs d'un même parti à la tête d'un gouvernement, les Québécois avaient soif de changement. Toutefois, le taux de satisfaction à l'endroit du gouvernement sortant demeurait relativement haut, donnant ainsi bon espoir aux troupes péquistes de conserver le pouvoir (Conseil permanent de la jeunesse, 2004).

Le désormais traditionnel débat des chefs s'est déroulé le 31 mars 2003 dans les studios de Télé-Québec. De 20 heures à 22 heures, les différents chefs des trois principaux partis politiques du Québec ont échangé sur divers sujets. Y ont participé: le chef du Parti québécois, Bernard Landry, le chef du Parti libéral, Jean Charest, et le chef de l'Action démocratique, Mario Dumont. La formule adoptée pour cette édition ressemblait beaucoup à celle de 1998. Chaque participant avait l'occasion de prononcer un discours d'ouverture, puis des confrontations entre deux des trois politiciens se succédaient pour chaque thème abordé. Le débat des chefs a été diffusé sur les ondes de Radio-Canada, Télé-Québec, TVA et, pour la première fois dans l'histoire de la télévision québécoise, TQS (Le Devoir, 2003).

Aux dires de nombreux observateurs, c'est le chef du Parti libéral qui semblait avoir fait meilleure figure que les autres lors du débat des chefs du 31 mars 2003. Par contre, on précise qu'il attaquait ses adversaires mieux qu'il ne défendait son programme. On a déclaré que les propos de Mario Dumont manquaient de substance. On a aussi noté l'absence de vigueur et d'énergie de la part de Bernard Landry. Encore une fois, plusieurs analystes et citoyens ont regretté que des questions fondamentales aux yeux des Québécois aient été évacuées du débat. On songe entre autres à la question de la souveraineté et à celle de l'éducation (Conseil permanent de la jeunesse, 2004; Rioux, 2003). Sur ce dernier point, d'ailleurs compris dans la catégorie plus générale du travail et de la famille, seul le thème des bons de garde et d'études, mis de l'avant par l'ADQ, a été touché par les trois hommes lors de l'exercice télévisé (Rioux, 2003). On a souligné toutefois le bon travail des trois chefs à propos des finances publiques, où ils ont traité d'un éventail plus large de thèmes qu'au débat de 1998 (Conseil permanent de la jeunesse, 2004).

C'est effectivement Jean Charest qui a remporté les élections du 14 avril 2003. Il s'est donc hissé à la tête d'un gouvernement libéral majoritaire. Son succès demeurerait toutefois relatif, car il n'a gagné que 2% de suffrages supplémentaires comparativement à l'élection de 1998. Ainsi, son parti a obtenu 45,9% des voix alors que le Parti québécois a terminé avec 33,2% des suffrages exprimés (Conseil permanent de la jeunesse, 2004). Comme le Parti libéral et le Parti québécois semblaient égaux avant le débat et que le Parti libéral a finalement été élu avec une confortable majorité, on peut présumer que la bonne performance de Jean Charest lors de l'exercice discursif du 31 mars a pu jouer un rôle dans l'issue du scrutin.

Le débat des chefs de 2007

Après presque quatre ans à diriger le gouvernement du Québec, Jean Charest a décidé le 21 février 2007 de déclencher la 38^e élection générale de la province. La date du scrutin a été fixée au 26 mars 2007. La conjoncture politique du moment semblait favorable au chef du Parti libéral. En effet, les libéraux apparaissaient pour la première fois en quatre ans en tête des sondages. Le gouvernement, qui avait battu au cours de son mandat des records d'impopularité, retrouvait donc un peu de sa vigueur. De plus, le rival péquiste du premier ministre, André Boisclair, vivait quelques difficultés de leadership à l'intérieur même de son parti. Il était notamment fortement critiqué par le précédent chef du Parti québécois, Bernard Landry. Voilà donc pourquoi, selon plusieurs observateurs, Jean Charest a choisi ce moment précis pour annoncer la tenue d'une élection. Toutefois, l'Action démocratique a connu à cette époque une croissance fulgurante de sa popularité auprès des citoyens québécois. Sa prise de position au sujet des accommodements réalisés envers les minorités culturelles de la province lui a valu une impressionnante remontée dans les sondages. La lutte pour le pouvoir entre les trois grandes formations politiques du Québec s'annonçait donc très serrée.

On prévoyait ainsi un débat des chefs particulièrement virulent. Ce dernier s'est tenu le 13 mars 2007, à 20 heures, à l'Assemblée nationale, en présence des trois représentants des principaux partis en lice à cette élection, soit Jean Charest pour le Parti libéral, André Boisclair pour le Parti québécois et Mario Dumont pour l'Action démocratique. Les partis Québec Solidaire et le Parti Vert ont exigé leur présence lors de l'émission, demande qui leur a été refusée par le consortium des télédiffuseurs formé de Radio-Canada, TVA et Télé-Québec (Deglise, 2008). En réponse à ce rejet, Québec Solidaire a réalisé une pétition et déposé une plainte au Conseil de presse du Québec afin de renverser cette décision (Brassard-Lecours, 2008). La plainte n'a cependant pu être traitée à temps pour le débat et les deux partis n'ont donc pas pris place à l'événement télévisé.

Comme à l'habitude, beaucoup de tractations se sont déroulées entre les partis et le consortium des diffuseurs à propos de la forme du débat. Le Parti libéral souhait qu'il ait lieu au salon rouge de l'Assemblée nationale. L'Action démocratique a refusé cet endroit, prétextant que la couleur rouge est traditionnellement associée aux libéraux et que cela avantagerait Jean Charest. Le débat des chefs s'est finalement tenu au restaurant Parlementaire situé à l'intérieur du même édifice. Une fois de

plus, c'est Jacques Moisan qui a été chargé d'animer et de modérer ce débat des chefs (Dupuis-Deri, 2007).

Les avis quant à cette édition du débat des chefs étaient partagés. On a généralement conclu à de bonnes performances de la part d'André Boisclair et de Mario Dumont. Le manque de dynamisme de Jean Charest a aussi été souligné. Toutefois, la plupart des citoyens semblaient dire que les propos tenus lors de l'exercice télévisé n'auraient aucune incidence sur leur vote. De fait, un sondage Léger Marketing effectué le 8 mars 2007 donne 33% des intentions de vote au Parti libéral, 29% au Parti québécois et 26% à l'Action démocratique. Un sondage CROP, réalisé celui-là deux jours après le débat prévoit 33% des suffrages pour le Parti libéral, 30% pour le Parti québécois et 30% pour l'Action démocratique. On remarquait donc effectivement une croissance de la popularité d'André Boisclair et de Mario Dumont suite au débat, mais cette hausse restait minime. Jean Charest demeurait en tête des sondages. Ceci laisse croire que l'événement télévisé n'a eu qu'une faible influence sur les électeurs. Cette situation pourrait être explicable par le fait que beaucoup de téléspectateurs ayant visionné l'émission croient que celle-ci ne leur a pas donné l'occasion d'en découvrir davantage sur les programmes des différents partis représentés. En effet, l'une des critiques les plus formulées à l'endroit des échanges était leur manque de profondeur (Fédération interprofessionnelle de la santé du Québec, 2007).

Tel qu'annoncé par divers sondages, Jean Charest a hérité d'un deuxième mandat comme dirigeant du gouvernement du Québec. Toutefois, cette victoire est limitée. Les résultats du scrutin donnent 48 sièges au Parti libéral contre 41 pour l'Action démocratique et 36 pour le Parti québécois. Pour la première fois depuis 1878, le Québec s'est doté d'un gouvernement minoritaire. L'Action démocratique formait l'opposition officielle avec ce gain phénoménal de 37 sièges à l'Assemblée nationale et de 12,66% des votes. Quant à lui, le Parti québécois est relégué au second rang de l'opposition.

1.2 L'effet du débat des chefs sur le vote au Québec

Il est généralement admis que les électeurs qui n'ont pas encore déterminé pour quel parti ils voteront attendent le débat des chefs pour prendre leur décision. Cet événement télévisé leur permettrait d'en apprendre davantage sur les différents chefs de partis, sur leurs positions et sur leur

programme électoral. Avec ce bagage de connaissances, ces citoyens indécis seraient alors en mesure de prendre une décision éclairée quant à leur vote. Ceux qui posséderaient déjà une identité partisane ne verraient pas leur opinion modifiée par le débat des chefs (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005). Ainsi, c'est surtout sur les électeurs n'ayant pas encore fait leur choix que le débat des chefs aurait une influence. Toutefois, cette influence est-elle assez grande pour avoir un impact sur l'issue du scrutin? Après une revue historique des débats des chefs tenus au Québec, il apparaît clair que plusieurs variables entrent en ligne de compte dans l'évaluation de l'impact du débat des chefs sur le vote. En effet, cette émission de télévision a parfois une incidence sur les résultats d'une élection, parfois pas. Son influence dépendra donc de différents facteurs.

L'une de ces variables demeure le médium utilisé pour diffuser le débat des chefs, à savoir la télévision. Cette dernière demeure une façon de transmettre de l'information de manière essentiellement réactive et non pas réflexive. En effet, on y projette image après image, ne laissant pas le temps au téléspectateur de s'arrêter pour réfléchir à ce qu'il vient de voir. Son impression des divers visionnements qu'il effectue ne sera donc pas issue d'une réflexion, mais plutôt de ce qu'il a ressenti au moment où il assistait à ces émissions. Dans le cas du débat des chefs, celui qui a offert une performance supérieure à celle de ses opposants aux yeux des téléspectateurs sera celui qui a laissé la meilleure impression et non pas nécessairement celui qui a les meilleurs arguments. L'analyse de ces derniers demande trop de temps pour être effectuée en temps réel lors du visionnement du débat (Gabler, 1998).

Essentiellement, c'est celui ou celle qui aura davantage diverti le public qui gagnera sa faveur. Que ce soit par des phrases percutantes, un ton agressif ou quelques blagues, le chef de parti qui aura le mieux réussi l'exercice du débat télévisé sera celui qui aura le plus fait réagir les téléspectateurs (Gabler, 1998). C'est notamment pourquoi on a décrété André Boisclair et Mario Dumont grands gagnants du débat des chefs québécois de 2007. En effet, on avait souligné le manque de dynamisme de Jean Charest lors de cet exercice, ce qui lui avait grandement nui. Selon plusieurs auteurs, tels que Neal Gabler et Neil Postman, l'auditoire exige d'être diverti lors du débat des chefs comme lors de toute émission de télévision (Gabler, 1998; Postman, 1985).

Est-ce là une conséquence de l'utilisation du médium télévisuel? Il semble que oui. Avant l'avènement de la télévision, les débats entre politiciens se déroulaient devant des foules sur des places publiques. C'est le cas des échanges entre Abraham Lincoln et Stephen A. Douglas tenus au XIX^e

siècle aux États-Unis. Ces débats duraient plusieurs heures. L'un d'entre eux, ayant eu lieu le 16 octobre 1854, a duré sept heures. Neil Postman pose cette intéressante question: existe-t-il un seul auditoire aujourd'hui qui serait prêt à entendre sept heures de discours sans que l'on utilise aucune image? (1985, p. 45) Il explique cette différence entre les citoyens du XIXe siècle et ceux du XXe siècle par l'influence de la télévision. Au XIXe siècle, les électeurs acquéraient des connaissances par la lecture. L'utilisation quotidienne du médium écrit, basée sur le langage, leur aurait donc permis d'écouter et de comprendre un débat entre deux politiciens pendant plusieurs heures où des idées complexes seraient amenées. La télévision, basée quant à elle sur l'image, place le schème de compréhension du téléspectateur au niveau du visuel et non pas du discursif. C'est pourquoi il ne pourrait fonder son impression du débat des chefs que sur ce qu'il a ressenti en le regardant plutôt que sur ce qu'il en pense (Postman, 1985).

Ainsi, l'image demeure primordiale pour les hommes politiques cherchant à influencer l'issue du scrutin par cet exercice. L'image qu'ils projetteraient lors du débat des chefs serait symptomatique de leur personnalité et de leurs valeurs. Elle s'exprimerait par leur comportement, leurs gestes, leurs expressions faciales et leur façon d'interagir avec autrui.

Sullivan et Masters (1988) ont observé que les individus soumis aux expressions faciales des dirigeants politiques qui expriment de la joie et de la sécurité ressentent une réaction émotionnelle positive. Cette émotion provoque alors une appréciation personnelle plus favorable envers le candidat. (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005, p. 871)

L'image projetée par les participants au débat des chefs aurait de ce fait une influence sur l'opinion qu'en ont les téléspectateurs. Ils utiliseraient ces raccourcis fondés sur l'image des candidats afin de se faire une idée de la personnalité et de la capacité à gouverner des chefs de partis (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005).

Le débat des chefs suscite donc une réaction chez le téléspectateur. Toutefois, cette impression est-elle assez forte pour influencer son choix le jour du scrutin? Cela dépend en partie du téléspectateur. L'importance qu'il accorde au débat des chefs en tant qu'événement télévisé reflètera l'influence que l'émission pourra avoir sur le citoyen. Un débat télévisé n'aura d'incidence sur le choix des électeurs que si ceux-ci lui attribuent une certaine importance. Par exemple, on a souvent critiqué les débats des chefs québécois pour leur manque de substance, ce qui incitait les téléspectateurs à se détourner de cet affrontement. De fait, les élections où le débat des chefs n'a eu que peu d'impact sur

l'issue du scrutin sont souvent celles où l'on avait reproché l'absence de contenu véritable au débat télévisé. De plus, cet impact sera différent d'un citoyen à l'autre selon ce qu'ils cherchent à retirer du débat. Ceux qui tentent d'en apprendre davantage sur les différents candidats n'y verront pas la même chose que ceux qui ont fait leur choix avant le débat ou ceux qui cherchent à déclarer un gagnant et un perdant à l'exercice (Dayan et Katz, 1992).

La forme du débat peut aussi jouer sur l'impact que ce dernier aura dans la population. En effet, si les citoyens sont amenés à participer à ces échanges, leur intérêt envers ceux-ci sera plus grand (Rouquette, 2002). Cela a été le cas par exemple lors des débats de 1993 et 2006, aux élections fédérales canadiennes, où des citoyens avaient l'occasion de proposer des questions à poser aux chefs de partis présents. Généralement, les gens invités au débat pour interroger les chefs de partis proviennent de différentes strates de la société, tentant ainsi de représenter les différents groupes sociaux existant au pays (Ewen, 1996). De cette façon, les électeurs ont l'impression de participer activement à la vie politique de leur société. Le visionnement du débat lui-même peut susciter ce sentiment.

On remplacera donc l'implication dans divers mouvements politiques pour se contenter d'assister à une émission de télévision. On aura alors la conviction d'avoir accompli son devoir de citoyen. Ce phénomène peut être attribuable à une quête de divertissement dans plusieurs sphères de la société québécoise. En partie induite par la télévision, cette situation amène tout un chacun à vouloir être divertie. Conséquemment, les politiciens cherchent de plus en plus non pas à poser des actions sociales concrètes, mais plutôt à donner le meilleur spectacle afin de s'attirer la sympathie de l'électorat. Cette croissance de la politique spectacle confine le citoyen à un rôle de spectateur dans lequel il n'a aucune emprise sur ce qui se déroule sur la scène politique. Ce phénomène sera expliqué plus en détails dans le deuxième chapitre du présent ouvrage (*voir* art. 2.1.2). Voilà l'une des raisons qui pourrait amener à penser que le débat des chefs a une réelle influence sur le vote. Comme il remplace l'action citoyenne, son impact sera beaucoup plus grand, car il sera l'une des seules sources d'implication et d'information politique pour l'électeur. La forme du débat, basée sur la confrontation et la compétition entre différents politiciens, incite aussi le téléspectateur à prendre parti pour l'un ou l'autre des candidats, le poussant à s'investir davantage dans cette émission (Dayan et Katz, 1992). Cela pourrait éventuellement influencer son choix le jour du scrutin.

Le contexte politique dans lequel se déroule le débat des chefs n'est pas non plus à négliger dans l'évaluation de son impact sur les résultats d'une élection. En effet, il aura des conséquences plus grandes sur le scrutin si chaque candidat semble être à égalité avec ses adversaires pendant la campagne. Si le débat apporte un éclairage nouveau sur certains des chefs de parti, son influence sera plus grande. Ceci est généralement possible lorsque le débat se déroule au début de la campagne électorale et si les participants au débat sont peu connus du public. Toutefois, il n'affectera pas l'opinion des téléspectateurs qui sont très politisés, ces derniers sachant probablement déjà tout ce qu'ils y entendent, ni l'opinion de ceux qui le ne sont pas du tout, ne possédant pas les connaissances nécessaires pour comprendre ce qui y est mentionné. Le débat a aussi un effet plus important sur l'électorat si le vote partisan apparaît volatil. Cela a été le cas aux élections fédérales canadiennes de 1984, où une majorité de partisans libéraux semblaient appuyer le chef libéral John Turner. Toutefois, ils étaient mécontents du bilan du chef précédent, ce qui rendait les appuis à Turner instables. Face à la performance acclamée du chef conservateur Brian Mulroney lors des débats télévisés, ces électeurs ont changé d'avis et ont élu Mulroney. Cet événement porte à croire que l'exercice télévisé aura aussi plus de chances d'influer sur l'issue du scrutin si les analystes politiques et les citoyens identifient clairement un vainqueur (Nadeau, 1998).

Les effets d'un débat des chefs sont aussi variables que les facteurs qui influencent cet impact. Un débat peut agir directement sur le vote ou encore affecter l'image d'un chef de parti, ce qui se répercutera ensuite sur le scrutin. De plus, la durée de cet effet n'est pas toujours la même. Certains impacts du débat télévisé subsistent jusqu'au jour du scrutin, d'autres pas. C'est le cas du débat des chefs de 1997 aux élections fédérales canadiennes, où le chef du Parti progressiste-conservateur, Jean Charest, avait alors été proclamé grand gagnant. Pourtant, cette hausse de popularité avait complètement disparu le jour de l'élection (Nadeau, 1998). C'est plutôt le libéral Jean Chrétien qui avait alors pris les rennes du pouvoir.

Qu'en est-il des débats des chefs tenus au Québec? Ont-ils réellement un impact sur le vote? À la lueur des précisions précédentes, il est possible d'affirmer que tout demeure une question de contexte. Le tout premier débat des chefs à avoir eu lieu dans «la belle province» semble avoir affecté le choix de l'électorat. En effet, le chef du Parti libéral, Jean Lesage, a été déclaré grand vainqueur de l'événement télévisé ainsi que des élections. Il est vrai que plusieurs électeurs étaient mécontents de certaines pratiques jugées anti-démocratiques de la part de l'Union nationale, ce qui peut avoir joué sur leur choix le jour du scrutin. Toutefois, l'image de calme et de maîtrise projetée par Jean Lesage,

qu'on qualifiait déjà de «plus bel homme du Québec», lors du débat de 1962 semble avoir contribué à son élection.

Il en va tout autrement pour le débat télévisé des chefs du 29 août 1994. L'affrontement entre Jacques Parizeau et Daniel Johnson ne semble pas avoir affecté le déroulement de la campagne et les résultats de l'élection. Personne n'a été décrété vainqueur du débat. Les échanges, particulièrement techniques, n'ont parfois pas été compris par les téléspectateurs. De plus, de nombreux citoyens possédaient un fort sentiment d'appartenance envers l'un ou l'autre des partis politiques à ce moment de l'histoire québécoise (Nadeau, 1998). Ainsi, la plupart des électeurs avaient déjà fait leur choix avant la tenue du débat. Celui de 1998 présente des éléments communs avec l'édition précédente. En effet, plusieurs ont conclu à un match nul. Aucun des candidats présents n'a semblé être en mesure de tirer son épingle du jeu. De plus, nombre d'électeurs ont refusé d'accorder de l'importance au débat des chefs de cette année-là, prétextant qu'il manquait de substance et que nombre d'enjeux primordiaux n'y avaient pas été abordés.

De son côté, le débat des chefs de 2003 a semblé avoir une incidence sur l'élection du 14 avril. Avant le débat, les avis étaient partagés sur le parti qui allait former le prochain gouvernement. Les appuis partisans demeuraient friables. La satisfaction à l'égard du gouvernement péquiste sortant était relativement haute. Toutefois, les Québécois avaient soif de changement. Celui que les journalistes et les citoyens québécois ont nommé grand gagnant du débat du 31 mars 2003 est le chef du Parti libéral Jean Charest. De fait, c'est lui qui a remporté les élections deux semaines plus tard. On peut donc présumer que sa bonne performance au débat des chefs lui a permis de se saisir du pouvoir.

Finalement, l'édition 2007 du débat des chefs québécois semble n'avoir que peu joué dans le choix des électeurs pour le scrutin du 26 mars. Pourtant, on décrète que le chef adéquiste Mario Dumont et le chef péquiste André Boisclair ont su tirer parti de la tribune qui leur était offerte. Jean Charest a été déclaré perdant des échanges. Malgré cela, le Parti libéral, qui était en tête des sondages avant le débat, a conservé sa légère avance après l'exercice télévisé. De fait, Jean Charest est demeuré à la tête du gouvernement du Québec suite à l'élection. Cette fois, ce sont les électeurs qui ont rejeté en bloc le débat des chefs. On lui a de nouveau reproché le manque de profondeur des discussions et on a donc refusé d'accorder de l'importance à cet événement politique télévisé.

1.3 La couverture médiatique du débat des chefs au Québec

La couverture médiatique du débat des chefs risque parfois d'influencer ce que les électeurs québécois en pensent. De par leur rôle d'informateurs et de vulgarisateurs, les journalistes sont souvent vus comme détenteurs de l'objectivité et de la vérité (Boorstin, 1963). Plusieurs personnes se basent sur l'analyse que font les journalistes du débat des chefs pour forger leur propre opinion. Ces citoyens sont souvent des gens qui ne possèdent pas les connaissances politiques nécessaires à une compréhension totale du débat. Voilà pourquoi ils recourent aux comptes-rendus des journalistes afin de mieux saisir ce qui a été dit lors du débat. Ces personnes ont toutefois suffisamment de connaissances politiques pour comprendre ces analyses du débat des chefs. On peut se demander ce qu'il advient de la démocratie, dont les fondements reposent sur un choix libre et éclairé de la part du citoyen, lorsque celui-ci a parfois besoin de l'avis de spécialistes afin de déterminer pour qui il votera. Si son jugement est mis en doute, peut-on toujours parler de démocratie? Ce sont les journalistes qui ont la lourde tâche de donner au public toutes les informations nécessaires afin qu'il puisse utiliser son droit de vote de façon éclairée. Ils ont donc une influence capitale sur le fonctionnement de la démocratie québécoise. Parcourir l'évolution qu'a suivie le traitement médiatique du débat des chefs au Québec demeure un impératif afin de comprendre de quelle façon l'influence des analyses journalistiques a pu se faire sentir chez les électeurs québécois.

La presse des années 1920 a donné le coup d'envoi à un phénomène qui demeure encore présent dans la couverture médiatique actuelle. Il s'agit de la personnification des nouvelles. À cette époque, des journalistes américains couvrant les meurtres du ministre Edward Wheeler Hall et Edward Mills, ayant eu lieu au New Jersey, ont découvert qu'à partir du moment où ils faisaient des protagonistes d'une nouvelle des personnages célèbres, tout ce qu'ils diraient ensuite sur ces personnes pouvait devenir le sujet d'un article. Ainsi, n'importe quel fait concernant leur existence, même les plus anodins, pouvait faire la manchette des journaux (Gabler, 1998). Cette façon de faire a été récupérée par tous les médias, notamment québécois, et subsiste toujours aujourd'hui. Depuis son apparition dans les années 1920, la personnification des nouvelles demeure une tendance médiatique générale que l'on retrouve un peu partout sur la planète et dans diverses sphères du journalisme. Le journalisme politique ne fait pas exception à cette règle. C'est pourquoi, de 1962 à aujourd'hui, la couverture journalistique du débat des chefs concerne surtout les chefs de partis et non leur programme, leur parti ou les autres candidats d'un même parti. S'intéressant à la personne derrière le personnage public, les détails plus «humains» deviennent le sujet de prédilection des journalistes. Pourquoi ce candidat suait-il autant? A-t-il eu l'air nerveux? Était-il malade? Le côté cérémonial du

débat des chefs sera donc éclipsé au profit de l'histoire de chaque personnage, à savoir chacun des chefs de partis (Dayan et Katz, 1992). Au Québec, ce sont surtout les quotidiens francophones qui privilégient cette approche (Rivet, 2004).

Dans le but de toucher les téléspectateurs, auditeurs et lecteurs, les journalistes tenteront de se montrer sous un jour plus humain et émotif, donc leur ressemblant davantage. Ils cherchent ainsi à se rapprocher du public tout en essayant de rester objectifs. Les spécialistes de l'information deviendront de cette façon plus accessibles, permettant au public de s'identifier à ceux qu'il voit, entend ou lit. Ce mélange de proximité et d'objectivité pourra transparaître dans l'analyse que feront les journalistes du débat des chefs, par exemple en émettant une opinion personnelle lors de la réalisation du compte-rendu du débat (Rouquette, 2002).

Afin de poursuivre cet idéal d'une information plus accessible aux citoyens, le journalisme suit depuis le XIX^e siècle une tangente particulière: celle d'un flux informatif exacerbé. Ce dernier a été introduit par l'invention du télégraphe dans les années 1840 et s'applique encore aujourd'hui à de nombreux événements, dont le débat des chefs. Le télégraphe permet de diffuser beaucoup plus rapidement à travers le pays de nombreuses informations. Toutefois, le télégraphe ne traite pas ces renseignements, il ne fait que les transmettre. Le citoyen se retrouve donc devant une multitude d'informations plus ou moins cohérentes, car laissées libres de toute analyse, ce qui n'était pas le cas avec la typographie, principal mode de transmission de l'information avant l'arrivée du télégraphe. La façon de pratiquer le journalisme sera affectée à tout jamais par cette révolution technologique.

Le journaliste ajoute malicieusement que sa tâche, à l'heure actuelle [dans les années 1950], consiste rarement à rendre compte à une vitesse record des derniers événements. Il s'agit plutôt de «pondre des informations». «Notre travail, dit-il, est de répandre les nouvelles, mais il est aussi de maintenir à un niveau constant le flot des informations. [...]» (Boorstin, 1963, p. 41-42)

Le public, qui reçoit ce flux de données, n'a pas le temps d'y réfléchir qu'on lui en donne déjà davantage. Il lui est alors difficile de poser une action politique ou sociale sur son environnement en vertu des informations qui lui parviennent. En effet, le citoyen n'a jamais l'occasion de s'octroyer un moment de réflexion pour analyser les données reçues et décider de ce qu'il convient de faire. Comme les médias lui fournissent sans cesse de nouvelles informations, il doit à chaque fois renouveler sa réflexion, qui ne parviendra donc jamais à son terme (Postman, 1985).

La compétition entre les différents réseaux médiatiques contribue aussi à cet état de fait. En effet, leur couverture des événements tend à se ressembler, puisqu'il s'agit du même événement. Pour se distinguer de la concurrence, les médias devront miser sur l'angle qu'ils donnent à la nouvelle. L'angle avec lequel les médias rapportent un événement découle surtout des informations secondaires livrées lors du traitement journalistique. Ainsi, de plus en plus de détails (pas toujours pertinents) sont donnés sur un même fait. Conséquemment, les informations sur ce dernier se propageront dans toutes les directions, rendant de cette façon la nouvelle un peu confuse (Dayan et Katz, 1992). Elles seront aussi plus divertissantes que pertinentes, cherchant à capter l'intérêt du public par tous les moyens. Une nouvelle sera considérée comme intéressante si elle apparaît divertissante et non pas si elle est d'intérêt public. Cette affirmation est surtout vraie dans le cas de réseaux médiatiques privés. La tradition publique étant bien ancrée chez les médias québécois, l'impact de la concurrence sur le traitement journalistique n'apparaît que partiel dans «la belle province» (Nadeau et Bastien, 2003). En effet, les médias de propriété publique tels que Radio-Canada ou Télé-Québec se préoccupent moins d'impératifs commerciaux que les réseaux privés. Ils sont donc moins soumis aux lois de la concurrence et ne chercheront pas nécessairement à obtenir un maximum de cotes d'écoute s'il faut le faire au détriment de l'intérêt public. Ils doivent cependant veiller à demeurer rentables. C'est pourquoi ils ne sont que partiellement soustraits aux exigences du marché.

Plus récemment, ce phénomène de multiplication des informations a été amplifié par la naissance, au début des années 1990, des chaînes télévisées d'information en continu tels que RDI et LCN et l'arrivée d'Internet vers 1995 (Carrier, 2000). Ces nouveaux canaux de transmission de renseignements donnent au public une multitude d'informations, mais sans explication approfondie. Comme le but de ces réseaux médiatiques est de diffuser toujours plus de nouvelles, et les plus récentes possibles, il ne reste que peu de place pour l'analyse. C'est de cette façon que sera couvert le débat des chefs sur les ondes de ces chaînes de télévision. Dans les minutes qui suivent le débat, on fera le compte-rendu des propos qui y ont été tenus. Comme le débat vient juste de se terminer, il est peu probable qu'une étude complexe sur le sujet ait pu être réalisée, faute de temps. Des informations plus générales seront donc données au public jusqu'à ce que le journaliste à l'écran passe à une nouvelle plus récente. On commentera la performance des chefs à la manière d'un match de boxe, cherchant à savoir qui a porté le plus de coups à son adversaire. On analysera leur style, soit leur habillement, leur attitude et leur manière de discourir (Postman, 1985).

Toutefois, certains, dont Neil Postman, blâment le médium par lequel est diffusé le débat des chefs, soit la télévision, pour ce manque de profondeur dans sa couverture médiatique. Comme la

télévision véhicule surtout des images, la performance des participants au débat des chefs ainsi que l'analyse des journalistes qui s'en suivra seront influencées par le médium télévisuel et resteront en partie basées sur l'image. Les candidats seront davantage préoccupés de l'image qu'ils projettent que des propos qu'ils tiennent lors du débat (Postman, 1985). De plus, la forme du débat accentue ce phénomène. En effet, il est difficile pour un politicien de répondre en quelques minutes (et parfois même quelques secondes) à une question complexe. Leurs réponses ne peuvent être que superficielles puisqu'ils n'ont pas eu le temps nécessaire pour y réfléchir (Boorstin, 1963). Conséquemment, les journalistes n'auraient que peu de réflexions approfondies à analyser. C'est pourquoi ils rabattraient leurs études sur le style des différents chefs (Postman, 1985).

Le médium télévisuel influencerait aussi la façon dont on traitera les nouvelles à la télévision. On accorde en moyenne un peu plus de 45 secondes à chaque nouvelle lors d'un bulletin d'informations télévisé. Ainsi, les journalistes œuvrant à la télévision vont privilégier la diffusion des phrases les plus percutantes du débat des chefs dont la complexité est restreinte étant donné le peu de temps alloué pour les expliquer (Tutt, 1992). À l'intérieur de cette courte période, de moins en moins de temps est consacré aux déclarations directes des politiciens. Aux États-Unis, la longueur des interventions télévisées des candidats à la présidence est passée de 43 secondes en 1968 à 9 secondes en 1988 (Nadeau et Bastien, 2003). On retrouve aussi cette tendance au Québec.

Les journalistes issus d'autres médias que la télévision, tels que les journaux et la radio, imiteraient sa façon imagée de décrire le débat afin de devenir aussi attrayants que cette dernière (Postman, 1985). En effet, l'information télévisuelle devient la principale source d'information au monde suite à l'apparition de la télévision. Dans une optique de concurrence, les journalistes de la radio et de la presse écrite tenteraient de reproduire les schèmes télévisuels (Carrier, 2000). Les analyses seraient raccourcies, on retrouverait des images et des graphiques en plus grand nombre et aux couleurs les plus vives possible. Bref, à cause de la concurrence entre la télévision et les autres types de médias, le paysage médiatique entier serait en voie de se conformer au format télévisuel (Postman, 1985).

La fin du XXe siècle marque aussi la recrudescence de l'influence de l'une des sphères des communications: les relations publiques. Connaissant une croissance fulgurante depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale, le domaine des relations publiques a gagné encore plus d'importance pour les médias dans les années 1990. Ces professionnels ont pour tâche d'attirer l'attention des

journalistes. Pour ce faire, ils créeront souvent eux-mêmes de toutes pièces des événements (Gabler, 1998). C'est ce que Daniel J. Boorstin a appelé les «pseudo-événements» (1963, p. 34). Conférences de presse, conventions, démonstrations, parades, tous ces faits ont été habilement orchestrés par le relationniste afin d'obtenir une plus grande couverture médiatique au profit de son client. En attirant l'attention médiatique sur des événements créés par lui et dont il contrôle tous les paramètres, le relationniste tente d'influencer favorablement les productions médiatiques traitant de son protégé. Au fil des années, les efforts mis dans les relations publiques par toute organisation, qu'elle soit politique, communautaire ou économique, ont grandi, si bien que ce que les journalistes se sont mis à analyser, ce ne sont plus les pseudo-événements concoctés par les relationnistes, mais bien la façon dont ils ont réussi à créer l'événement (Gabler, 1998). Ainsi, les journalistes ne rapportent plus ce qui s'est déroulé lors d'un pseudo-événement, mais plutôt la façon dont l'événement a été façonné et les techniques avec lesquelles les relationnistes ont tenté d'y attirer les médias.

C'est pourquoi, depuis les années 1990, la couverture médiatique du débat des chefs touche généralement les efforts fournis par les candidats au poste de premier ministre afin de donner une bonne image d'eux-mêmes. On traitera de leurs tactiques, de leur attitude et même de leurs vêtements, laissant parfois de côté les propos qui ont été tenus durant le débat. Pourtant, ce sont ces mêmes propos qui constituent l'événement télévisé en tant que tel. Ce faisant, les médias couvrent aujourd'hui surtout la manière dont les chefs de partis ont tenté de profiter de l'espace médiatique afin de projeter une impression positive d'eux-mêmes. Les journalistes se retrouvent donc à traiter non pas du débat des chefs, mais de la couverture médiatique du débat des chefs. De cette façon, les médias n'en viennent qu'à parler d'eux-mêmes. On pourrait qualifier ce phénomène d'auto-référentialité médiatique. «In elections especially the media do not cover the campaign: they are the campaign», dira avec justesse Bob Franklin (1992, p. 4). On discutera dans les médias du candidat qui a le plus impressionné les analystes politiques, sans égard à ce qui s'est réellement passé lors du débat ou à ce que le public a pu en penser. De plus en plus, les études sur le débat des chefs ressemblent à une critique de film. De quoi avaient l'air les participants? Ont-ils offerts une bonne performance? Qui a donné le meilleur spectacle? Celui qui apparaîtra le meilleur selon ces critères sera celui que l'on déclarera grand gagnant de l'exercice télévisé (Gabler, 1998).

Toutefois, ce n'est pas là le seul aspect couvert par les journalistes. Cherchant idéalement à offrir une information complète aux citoyens, ils se font un devoir de noter ce qui n'a pas été dit par les différents participants au débat des chefs. En effet, les candidats ont tout intérêt à n'y souligner que leurs bons coups. Les médias sont là pour remédier à cette situation et pour relever les contradictions

dans le discours politique des chefs. Par exemple, lors des élections fédérales canadiennes de 2000, ce sont les journalistes qui ont mis en relief l'appui de l'Alliance canadienne au retrait de l'État en santé et dans d'autres domaines. Sachant cette mesure impopulaire, son chef Stockwell Day a préféré ne pas en faire état publiquement. Ces zones d'ombre laissées par les politiciens font la joie des médias qui cherchent à distraire le public. La controverse et les bévues des élus donnent résolument un bon spectacle, d'où leur couverture par les journalistes. Lorsque les journalistes mettent à jour un fait qu'un politicien a voulu cacher, cela peut créer scandale. Un scandale attire généralement l'intérêt des citoyens qui désirent connaître ce que leurs élus ont tenté de leur dissimuler. De plus, ces nouvelles restent divertissantes. Leur couverture génère donc un lectorat et un auditoire accrus pour les médias.

De façon générale, plus un parti est représenté à l'Assemblée nationale ou à la Chambre des communes, plus la couverture médiatique concernant son chef sera grande. Ainsi, on consacra plus d'analyses au chef du gouvernement sortant, puis au chef de l'opposition, ensuite au chef du parti ayant le troisième plus grand nombre de sièges, et ainsi de suite (Tutt, 1992). «La viabilité politique du candidat, son éligibilité et sa crédibilité sectorielle» (Baril, 1996, p. 1) sont aussi des critères qui déterminent l'importance de la couverture médiatique accordée à chaque aspirant au poste de premier ministre. Lors de la campagne électorale provinciale de 2008, le poids médiatique accordé à chaque chef de parti était lui-même sujet à nouvelle. Finalement, le caractère spectaculaire de leurs interventions joue aussi sur l'intérêt que leur porteront les médias. Plus leurs propos ont été controversés, plus hargneux ils ont été envers l'un de leurs adversaires lors du débat, plus ils risquent de se retrouver à la une des journaux et bulletins d'information (Rivet, 2004)

Outre le contenu de la couverture médiatique du débat des chefs, le style des journalistes sur cet événement télévisuel a aussi évolué au cours des années. Lors des premiers balbutiements de la télévision, les analystes politiques adoptaient un ton assez complaisant envers les chefs des différentes formations politiques québécoises (Nadeau et Bastien, 2003). On en parlait assez positivement et de façon intimiste. C'est de l'homme derrière le personnage public dont on traitera et non pas de ses idées (Baril, 1996). Cette approche est devenue plus réservée par la suite. Ce n'est que vers les années 1970 que le style agressif que l'on connaît aujourd'hui a fait son apparition. Les politiciens, plus particulièrement les candidats inexpérimentés, sont souvent dépeints de façon négative, le scandale stimulant généralement le lectorat et les cotes d'écoute plus que les bonnes nouvelles (Nadeau et Bastien, 2003; Baril, 1996). Cette attitude est surtout adoptée par les journalistes des médias francophones. Les journalistes anglophones, quant à eux, conservent une certaine réserve et privilégient davantage l'usage de citations directes (Rivet, 2004). Cette agressivité serait aussi un

moyen pour les journalistes de se dégager des tentatives de manipulation par les politiciens et leurs relationnistes voulant à tout prix projeter une bonne image d'eux-mêmes (Nadeau et Bastien, 2003).

1.4 Le sens donné au débat des chefs dans l'opinion publique au Québec

Au départ, le débat des chefs est vu comme une façon de participer à la vie politique du Québec en s'informant sur les différents candidats en lice. Lors de l'affrontement télévisé des chefs de partis, les téléspectateurs ont l'impression de se trouver dans l'intimité des participants. En effet, leur figure est projetée en gros plan sur les écrans de télévision, permettant à celui qui la regarde d'étudier longuement ce faciès et d'en tirer certaines conclusions. Le fait que les gens écoutent le débat dans le confort de leur demeure et que les politiciens semblent s'adresser directement à eux aide aussi à susciter une impression d'intimité. Ceci contribue à créer chez le public le sentiment qu'il apprend à connaître ceux qu'il voit sur les ondes (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005). Tel qu'expliqué précédemment, ce glanage d'informations fera office de participation politique (*voir* sect. 1.2). Ainsi, l'affrontement télévisé des chefs viendra transformer les règles du débat politique et social (Rouquette, 2002).

Regarder le débat télévisé devient synonyme d'implication politique. Ce phénomène peut s'expliquer en partie par la façon dont on s'adresse au public durant l'émission. En effet, on fait appel au côté citoyen des téléspectateurs. On ne les confine pas à leur rôle habituel de consommateurs. La formule du débat des chefs, présentée sous forme d'affrontement, fait en sorte que le public perçoit cette joute oratoire comme une compétition et se sent invité à prendre position pour l'un ou l'autre des candidats présents. Il apparaît donc plus impliqué dans cette émission de télévision que lorsqu'il visionne n'importe quelle autre télédiffusion (Dayan et Katz, 1992). En regardant le débat des chefs, le citoyen a ainsi l'impression de participer à la vie politique de la province. C'est pourquoi assister à cet événement télévisé se substitue à l'action politique (Ewen, 1996).

Tel qu'il a été expliqué précédemment, avec l'apparition de la télévision vient l'apogée du divertissement (*voir* sect. 1.2). Les émissions diffusées sur les ondes télévisuelles visent surtout à distraire et à susciter une émotion. La succession très rapide d'images et de sons transmise par la télévision nuit à la réflexion au moment où l'on regarde l'écran. De façon générale, le téléspectateur ne peut que réagir à ce qu'il voit. Sa réflexion se fait souvent plus tard, lorsqu'il n'est pas sollicité par ces

images et ces sons. Le débat des chefs ne fait pas exception à la règle et ce, depuis sa toute première édition en 1962. Quoiqu'ils ne le regardent pas en premier lieu pour cette raison, les téléspectateurs s'attendent et demandent à être divertis durant le débat. Ce faisant, le chef de parti généralement acclamé par l'opinion publique au lendemain d'un débat des chefs demeure celui qui a donné le meilleur spectacle, que ce soit par un ton humoristique ou agressif ou par de cinglantes répliques (Postman, 1985; Gabler, 1998). L'aspect conflictuel et dramatique du débat des chefs rehaussera son côté divertissant, d'où les importantes cotes d'écoute qu'obtient généralement l'émission (Trent et Friedenberg, 1983).

À partir de 1994, le débat des chefs s'érige en institution pour les électeurs québécois. Le côté cérémonial de l'émission, principalement insufflé par les médias qui le diffusent, crée chez le public une impression d'incontournable et de nécessité. S'adressant à l'entièreté de la nation, le débat des chefs se fait englobant. Les citoyens s'y sentent généralement tous représentés. Ils croient aussi que l'on y respecte leur libre arbitre, car on leur propose un choix entre différents candidats (Dayan et Katz, 1992). Ceci vient aussi encore une fois justifier le fait que le débat des chefs tient lieu de participation politique (Ewen, 1996). Ce faisant, les citoyens ne contestent pas la tenue de l'événement télévisé. Les téléspectateurs ne discutent dorénavant que du contenu du débat des chefs et ne remettent pas en cause la pertinence d'un tel événement (Carrier, 2000). Conséquemment, l'importance du débat des chefs s'en trouve renforcée (Dayan et Katz, 1992).

Toutefois, cet état de fait a été de courte durée. Lors des débats suivants, des voix se sont élevées pour dénoncer le manque de profondeur du débat. Bien que l'on considère toujours sa tenue importante, on s'en désintéresse tranquillement. En effet, on lui reproche la piètre qualité des échanges entre les différents participants et l'insignifiance du discours politique. Protestant contre le peu de contenu pertinent qui y est présenté et l'infime place laissée aux citoyens lors de l'exercice télévisé, certains électeurs refusent de le regarder (Dayan et Katz, 1992; Carrier, 2000). Ainsi, on considère de moins en moins que le débat des chefs est essentiel à la participation politique bien qu'il demeure toujours un incontournable des campagnes électorales québécoises. Les éditions de 1998 et 2007 ont surtout été visées par ces critiques. Le manque d'intérêt récent envers le débat des chefs peut s'expliquer par l'utilisation du médium télévisuel pour diffuser l'émission. En effet, les gens *regardent* la télévision. C'est donc dire que ce sont des images qu'ils désirent obtenir. Plus elles sont variées, colorées et dynamiques, plus le téléspectateur est ravi. C'est pourquoi le débat des chefs, de par sa forme statique et parlée, suscite moins d'intérêt qu'une émission où le visuel serait mieux exploité (Postman, 1985).

Selon plusieurs chercheurs, les électeurs sont de moins en moins politisés (Postman, 1985; Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005). Ainsi, ils ont souvent de la difficulté à saisir les propos tenus par les chefs. Ceci expliquerait en partie leur désintérêt. En effet, les participants au débat n'ont que peu de temps pour bien contextualiser leurs propos. Le téléspectateur a donc besoin de connaissances préalables pour les comprendre. Sans contexte, il lui est souvent impossible de vérifier la véracité de certains dires, par exemple lorsqu'un candidat affirme que le chef du gouvernement sortant n'a pas tenu ses promesses. Si l'on ne connaissait pas les dites promesses en premier lieu, il n'est ni intéressant ni divertissant d'entendre un candidat en parler (Postman, 1985). Les bases partisans des formations politiques sont aussi de moins en moins stables. Chaque parti tente plutôt lors d'une élection d'amasser ici et là, par des coalitions, les appuis dont il a besoin. Face à ce phénomène, les électeurs voient de plus en plus les partis comme des groupes interchangeables, d'où leur indifférence lorsqu'il est question de politique et la faiblesse de leur niveau de politisation. Il s'agit de l'un des nombreux facteurs pouvant expliquer la diminution de l'importance accordée au débat des chefs et à la politique en général (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005).

Le sens donné au débat des chefs évolue non seulement au fil du temps, mais aussi selon la personne qui le regarde. Quelqu'un qui cherche à amasser de l'information via l'émission n'y donnera pas la même signification qu'un individu voulant trouver là des arguments en faveur du candidat qu'il préfère ou que quelqu'un qui le regarde pour son aspect compétitif ou spectaculaire. Certains assisteront au débat des chefs comme des spectateurs, d'autres comme des critiques (Dayan et Katz, 1992).

En résumé, il est clair que les débats des chefs ont subi de nombreuses transformations depuis leur avènement. En 1960, le premier débat télévisé à être tenu en Amérique du Nord, celui opposant Richard Nixon et John F. Kennedy aux États-Unis, a révolutionné la culture politique du continent. L'image est devenue primordiale pour quiconque œuvre en politique. De nombreux pays ont emboîté le pas aux États-Unis, dont le Canada. D'exercice fastidieux et ennuyeux, le débat des chefs est devenu au fil des élections un incontournable des campagnes électorales canadiennes. La politique nationale est ponctuée depuis 1968 de cet exercice discursif télévisé qui s'est répété en 1979, 1984, 1988, 1993, 1997, 2000, 2004 et 2006. Le Québec, de son côté, a fait figure de pionnier en la matière en tenant le premier débat des chefs à avoir lieu au pays en 1962. Toutefois, il ne s'est réellement

imposé dans les mœurs politiques québécoises qu'à partir de sa deuxième édition en 1994. Il a ensuite été présent lors de toutes les autres campagnes électorales de la province, soit en 1998, 2003 et 2007.

L'affrontement télévisé des chefs de partis n'a pas toujours eu le même effet sur le vote au Québec. Il a parfois eu une influence, comme en 1962 et en 2003, et parfois pas, comme en 1994, 1998 et 2007. La couverture médiatique de cet événement télévisé a évolué au fil des années. Certains phénomènes inhérents au traitement médiatique du débat, tels que sa personnalisation et son humanisation, l'idéal d'exhaustivité auquel aspirent les journalistes et l'inégalité de la visibilité médiatique accordée aux différents chefs, sont apparus dès 1962 et subsistent encore aujourd'hui. D'autres ont changé. C'est entre autres le cas du ton donné aux nouvelles, de la place laissée aux citations directes des chefs, du flux d'informations à parvenir au public et de la forme prise par la couverture du débat des chefs issue des différents types de médias (presse écrite, radio et télévision). Finalement, le sens que les citoyens québécois donnent au débat des chefs a lui aussi évolué au cours de l'histoire. Depuis ses débuts, il est considéré comme une source d'information et un moyen de se divertir. En 1994, il a été érigé en véritable institution politique. Bien qu'il garde son importance encore aujourd'hui, de plus en plus de critiques sont formulées à son endroit.

Voilà donc ce qu'a représenté et ce que représente aujourd'hui le débat des chefs au Québec. En traçant son parcours, de ses origines à aujourd'hui, il est maintenant facile de comprendre ce qu'il est et pourquoi il présente ces caractéristiques. Toutefois, tel qu'il a précédemment été mentionné, le débat des chefs demeure interprété par les journalistes (*voir* sect. 1.3). Les citoyens se basent souvent sur ces analyses pour fixer leur opinion de l'exercice télévisé et des prouesses qu'y ont accomplies les chefs de partis. Il apparaît donc primordial de s'interroger de façon plus précise sur la couverture médiatique du débat des chefs afin de connaître l'information qui se rend réellement aux électeurs québécois.

CHAPITRE II

LA COUVERTURE MÉDIATIQUE DU DÉBAT DES CHEFS

De nombreux citoyens québécois accordent de l'importance aux analyses que feront les journalistes d'un débat des chefs. Puisque ces spécialistes sont vus comme des informateurs objectifs et des vulgarisateurs, plusieurs se baseront sur ce qui a été dit du débat des chefs dans les médias pour forger leur propre opinion de l'émission de télévision. Toutefois, est-il juste de considérer les journalistes comme objectifs? N'y a-t-il pas certains facteurs qui viennent influencer, de manière consciente ou non, la façon dont sera couvert par ces derniers l'affrontement télévisé? Il semble que divers acteurs et processus impliqués dans la préparation, la diffusion et l'analyse du débat des chefs interfèrent dans le traitement journalistique de celui-ci. Tout d'abord, des caractéristiques inhérentes au métier de journaliste et au monde médiatique en général, tels que la place de la télévision et de l'image dans la couverture médiatique, les contraintes de rapidité et de quantité d'informations devant être livrées par les journalistes et la concurrence entre les réseaux médiatiques, joueront sur le traitement journalistique du débat des chefs. De plus, les relationnistes et conseillers de l'image des politiciens présents aux débats des chefs tenteront de leur côté d'influer sur ce que les journalistes diront de leurs protégés. Finalement, la forme du débat des chefs lui-même pourrait avoir un impact sur la couverture médiatique que l'on en fera.

2.1 L'effet des caractéristiques du journalisme et du monde médiatique

2.1.1 Historique du journalisme et des médias québécois

La toute première forme de journalisme à apparaître au Québec demeure celle de l'information écrite. Le premier journal à être diffusé au Québec est *La Gazette de Québec*. La première édition de ce journal a vu le jour en 1764. Par la suite, quelques journaux ont été créés dans la province. Ces écrits visaient surtout à défendre une cause ou une idée. Toutefois, le souci principal des journalistes de l'époque demeurait déjà d'informer le public des événements survenus dans la province (LeBlanc, 2003).

C'est au XIX^e siècle que la presse d'opinion a fait son apparition. Des idées contraires étaient admises au sein d'une même publication, pourvu que l'argumentation les soutenant soit valable (LeBlanc, 2003). Les nouvelles que l'on retrouvait dans ces écrits étaient surtout de nature politique et commerciale. Se basant sur un idéal de rationalité, l'argumentation des textes d'opinion que l'on pouvait lire dans les pages de ces journaux devait désormais découler de faits objectifs. Cela a induit un changement dans la façon dont les journalistes abordaient la nouvelle dont ils traitaient.

[...] les journalistes qui exprimaient leurs opinions et leurs idées politiques avec subjectivité changèrent le style et la façon de rapporter les nouvelles. C'est l'objectivité qui fut adoptée comme ligne de conduite. Ce qui eut comme effet de rejeter systématiquement tout parti pris. (Carrier, 2000, p. 56)

La presse mécanique, née dans les années 1840, a donné le coup d'envoi aux journaux populaires dont certains d'entre eux subsistent encore aujourd'hui. On pense entre autres à *Le Soleil*, *La Presse* et *Le Devoir*. Ceux-ci sont apparus entre 1869 et 1910, soit à la suite de l'établissement de la Confédération canadienne. Jean-Pierre LeBlanc définit la presse populaire comme suit: «publication générale rapportant des événements, visant le plus gros tirage possible, notamment au moyen de la publicité qui fait son apparition au tournant du siècle.» (LeBlanc, 2003, p. 7). De cette façon, la presse s'est mise à être diffusée sur un plus large territoire et la liberté d'expression s'est accrue (LeBlanc, 2003; Bernays, 1947). Cette forme de journaux demeurait plus accessible à la population de par son faible coût (voire sa gratuité). On lui attribuait généralement la tâche d'instruire le peuple. Toutefois, les journaux d'information pouvaient, de temps à autre, soutenir une cause ou une opinion. Cela ne représentait cependant pas leur principal mandat. Cette forme de journalisme demeure celle qui est toujours privilégiée de nos jours (LeBlanc, 2003).

C'est aussi au début du XX^e siècle que la personnification des nouvelles a été introduite dans les mœurs journalistiques québécoises (voir sect. 1.3). En effet, des journalistes américains se sont aperçus dans les années 1920 que lorsqu'ils faisaient des protagonistes d'une nouvelle des personnages, un peu à la manière d'un récit fictif, tout ce qu'ils feraient subséquentement pourrait devenir le sujet d'un article (Gabler, 1998). Cette façon de faire s'est également propagée au Québec. Ce phénomène a lui aussi contribué à l'explosion des informations en circulation dans la province, initiée par la naissance du télégraphe et de la presse mécanique.

Peu après l'apparition de la presse populaire, un nouveau médium est arrivé au Québec: la radio. Le premier permis délivré dans la province a été donné à la compagnie Marconi, en 1919. CKAC a vu le jour peu de temps après, en 1922. Toutefois, c'est réellement dans les années 1930 que la radio s'est imposée comme diffuseur d'informations. Dix ans plus tard, elle s'est érigée en média de masse. Plus des deux-tiers des Québécois possédaient un récepteur de radio. La radio publique demeurait et demeure toujours particulièrement importante au Québec. En effet, Radio-Canada a joué un rôle primordial dans la transmission d'informations aux citoyens québécois pendant la Deuxième guerre mondiale. Plus tard, en 1945, Maurice Duplessis a créé l'Office de la Radio du Québec, qui est par la suite devenue en 1968 Radio-Québec et, aujourd'hui, Télé-Québec (LeBlanc, 2003).

C'est dans les années 1950, plus précisément en 1952, que la télévision est entrée dans l'univers médiatique québécois. Radio-Canada a été le premier télédiffuseur à tenir une émission sur ses ondes. La télévision est venue révolutionner le journalisme dans la province. À partir de ce jour, non seulement les spécialistes de l'information doivent fournir au public un résumé des événements de la journée, mais ils doivent aussi en montrer des images (LeBlanc, 2003). Les journalistes préparent désormais leurs nouvelles pour qu'elles ne soient non pas lues ou entendues, mais vues (Postman, 1985).

La diffusion de renseignements de toutes sortes apparaît encore une fois facilitée par cette nouvelle technologie et le phénomène d'accroissement du flux informationnel, induit par le télégraphe et la presse mécanique, s'en est trouvé exacerbé (LeBlanc, 2003). Le bulletin de nouvelles télévisé est vite devenu la principale source d'information du public (Nadeau et Bastien, 2003). Ce faisant, les journalistes des autres médias, soit la presse écrite et la radio, se sont mis à imiter le format télévisuel afin d'arriver à le concurrencer (*voir* sect. 1.3). Leurs analyses ont été raccourcies et leurs démonstrations, appuyées d'images, de graphiques et de couleurs vives (Postman, 1985). La presse écrite tentait aussi de suivre cette multiplicité des informations et ce flux toujours croissant de renseignements que l'on pouvait trouver à la télévision (Boorstin, 1963).

La révolution tranquille, dans les années 1960, a amorcé de nombreux changements dans les médias québécois. Cette époque a mis fin au contrôle qu'exerçait le gouvernement québécois sur les médias. En effet, de 1945 à 1959, le premier ministre du Québec et chef de l'Union nationale, Maurice Duplessis, tentait de nuire aux établissements journalistiques dont la vision de la société québécoise différait de la sienne. Cette situation a pu changer à sa mort en fonction, en 1959.

L'élection d'un gouvernement libéral en 1960 a aussi contribué à l'introduction de transformations dans le paysage médiatique québécois. À cette époque, les journalistes s'attardaient dans leurs productions médiatiques sur les changements sociaux auxquels ils assistaient. Ils ont notamment longuement couvert la Crise d'octobre de 1970, période pendant laquelle le Front de libération du Québec perpétrait des actes violents afin de promouvoir l'indépendance du Québec. Les journalistes de la presse écrite se sont surtout penchés sur le côté spectaculaire de ces nouvelles, omettant de traiter des causes de ces événements. À la télévision, cette soudaine liberté des journalistes québécois s'est manifestée par la création d'émissions d'affaires publiques. On n'y présentait plus simplement des nouvelles. On avait désormais le loisir de les analyser avec des spécialistes et de les commenter. Les téléspectateurs étaient aussi invités à donner leur avis sur le thème abordé au cours de l'émission. C'est l'émission *Point de mire*, animée par le journaliste René Lévesque, qui a été la première à diffuser ce genre de reportage de 1956 à 1959 (LeBlanc, 2003).

Ce vent de changement s'est poursuivi dans les années 1970. On a vu apparaître, en 1960, la première chaîne de télévision privée: Télé-Métropole (devenue TVA, en 1971). L'invention de la câblodistribution à cette époque a aussi permis la multiplication des canaux de télévision. Télé-Québec et, plus tard, en 1986, TQS ont alors pu faire leur entrée dans le monde de la télédiffusion. C'est aussi dans les années 1970 que l'on a assisté à la naissance des radios et réseaux de télévision communautaires. Ces modes de transmission de l'information possèdent une base populaire, diffusent des nouvelles surtout locales et fonctionnent généralement de façon coopérative. Du côté de la presse écrite, un mouvement de concentration de la propriété est amorcé. La Société Péladeau (actuellement nommée Quebecor) possédait alors deux quotidiens et sept hebdomadaires. La compagnie Trans-Canada de Paul Desmarais (aujourd'hui Gesca) dirigeait quant à elle trois quotidiens, un hebdomadaire, un autre journal ainsi qu'une station de radio. Cette dernière contrôlait, au début des années 1970, 43% du tirage des quotidiens québécois (LeBlanc, 2003).

Une Commission parlementaire sur le phénomène de la croissance de la concentration de la propriété des médias est créée en 1972. Une loi anti-trust a vu le jour peu de temps après, ainsi que le Conseil de presse du Québec. Toutes ces mesures visaient à contrôler la tendance à la concentration des médias de la province. Parallèlement à cette mouvance, plusieurs médias spécialisés ont fait leur apparition. C'est le cas du *Voir* ou du *Ici*, traitant exclusivement du domaine de la culture dans la région de Montréal. Malgré cela, le phénomène de concentration des médias n'a fait que s'amplifier au fil des années. Cette situation demeure toujours en vigueur aujourd'hui (LeBlanc, 2003).

Les années 1980 ont marqué un grand changement pour le journalisme québécois. Une récession faisait alors rage, amenant les individus à se replier sur eux-mêmes. Dans ce contexte économique difficile, les dirigeants des réseaux médiatiques ont resserré leur emprise sur leur entreprise et, incidemment, sur les journalistes, diminuant leur liberté d'action et d'expression. Afin d'obtenir le maximum de revenus publicitaires, on tentait d'éviter les sujets de reportages et d'articles qui indisposeraient d'éventuels annonceurs. C'est pourquoi les journalistes ont dû délaisser le texte d'opinion et adopter un ton plus réservé et détaché dans leurs productions médiatiques (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

Dans les années 1990, une nouveauté est apparue dans le paysage télévisuel québécois. Il s'agit des chaînes d'information en continu. La première à voir le jour est celle de Radio-Canada, RDI (Réseau de l'information), en 1995. TVA a aussi créé en 1997 son propre poste d'information en continu: LCN (Le Canal Nouvelles). On y diffuse surtout des reportages faisant le compte-rendu d'événements presque en «temps réel» et des émissions d'affaires publiques (LeBlanc, 2003). On y multiplie aussi les témoignages d'experts de toutes sortes afin de donner une explication aux nouvelles décrites dans ces reportages. Ces discours sont souvent présentés comme des faits irréfutables (Rouquette, 2002). Ces canaux de télévision ont eux aussi contribué à la prolifération des détails donnés sur les différents événements de la journée et à l'augmentation du flot d'information livré au public (*voir* sect. 1.3). Dans la seconde moitié des années 1990, un nouveau médium prend d'assaut le Québec et le reste du monde. C'est l'Internet. Les canaux traditionnels de diffusion de l'information s'y sont précipités afin d'en faire leur vitrine électronique. Des médias entièrement électroniques sont aussi apparus (LeBlanc, 2003).

La presse écrite d'aujourd'hui, quant à elle, est plus concentrée que jamais. «Au bas mot, 96% du marché francophone de la presse écrite quotidienne est contrôlé par deux propriétaires (Quebecor et Gesca)», précise Jean-Pierre LeBlanc (2003, p. 12). De nombreux chercheurs québécois œuvrant dans le domaine de la communication s'interrogent sur le phénomène de la convergence des médias actuellement observable au Québec. Plusieurs d'entre eux craignent que les lois du marché ne régissent davantage les nouvelles rédigées par ces entreprises au détriment de la qualité et de la pertinence de l'information.

Dans les faits cependant, il y a lieu de craindre que de tels regroupements d'entreprises ne favorisent la mise en commun des ressources au nom des économies et de la rationalisation des activités, ce qui aurait pour conséquence soit de réduire les effectifs soit d'alourdir la

tâche des journalistes, qui devraient alors être encore plus polyvalents. [...] Pour diminuer les frais, le journal réduit le nombre de journalistes, ferme des bureaux de correspondants, baisse les dépenses des reporters (pour se rendre sur les lieux des événements), entre autres. Il en résulte une disparition de ce qui assure le meilleur journalisme, soit les reportages qui découlent de l'initiative même des journalistes. On se contente de nouvelles faciles à couvrir, des événements organisés d'avance (discours, réunions, conférences de presse, etc.), ce qui occasionne une ressemblance ahurissante de l'information d'un média à l'autre. (Saint-Jean, 2003, p. 29-30)

Seuls le CRTC et le Conseil de presse surveillent les différents réseaux médiatiques afin qu'ils ne contreviennent pas aux normes journalistiques établies par ces organismes. Toutefois, plusieurs se demandent si ces mesures sont suffisantes pour garantir une information valable (LeBlanc, 2003). De plus, en mettant l'emphasis sur certains problèmes telle que la convergence des médias, les institutions chargées de veiller au bon fonctionnement des entreprises médiatiques québécoises laissent de côté plusieurs enjeux primordiaux. Leur façon de s'attaquer à ces problèmes ne vient pas remettre en cause la manière dont se pratique aujourd'hui le journalisme dans la province. L'émergence de l'information spectacle, l'accroissement constant du flux informationnel, la personnalisation et la personnalisation des nouvelles et l'auto-référentialité médiatique (*voir* sect. 1.3) sont tous des phénomènes pourtant importants dont l'existence est occultée par le CRTC et le Conseil de presse. Ces différentes logiques médiatiques jouent un rôle dans l'analyse que font les journalistes d'un événement, le débat des chefs y compris.

2.1.2 L'impact de la télévision et de la prédominance de l'image dans le monde médiatique

Tel qu'il a été mentionné précédemment, l'invention de la télévision a modifié à tout jamais le paysage médiatique québécois. En effet, l'image a acquis à partir de ce moment une importance qui ne fera que croître au sein du monde des médias (*voir* art. 2.1.1). Dès la naissance de la télévision, on se rend rapidement compte que le public, les journalistes y compris, retient davantage ce qu'il a vu à la télévision que ce qu'il y a entendu (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991; Ewen, 1996). Afin de démontrer cette assertion, Neil Postman donne l'exemple de Jimmy Carter ou Albert Einstein. Si l'on pense à ces personnes, la première chose qui nous vient en tête est une image, et non pas des mots. Voilà ce que représente une société basée sur l'image (Postman, 1985, p. 61).

L'image demeure habituellement une représentation de la réalité. Elle ne constitue pas la réalité en elle-même. C'est donc dire qu'elle porte vers un ailleurs, qu'elle réfère à une idée autre et

qu'elle ouvre un questionnement sur ce qu'on y voit. L'image reste une médiation entre un objet et sa représentation. Cette distance entre l'objet et sa représentation laisse place à une réflexion sur ce que dépeint l'image. On pourrait qualifier cette distance de «distance critique». Toutefois, ce n'est pas ainsi que l'on conçoit l'image dans la société actuelle. La distance entre l'image et ce qu'elle représente a disparu. L'image est devenue synonyme de vérité et d'immédiateté. On considère désormais que l'image contient la réalité en elle-même et qu'elle en est la copie exacte.

Les journalistes suivent cette façon d'appréhender l'image. Baignant dans cette logique d'immédiateté, ils occultent la distance critique se trouvant dans l'image et, de ce fait, mettent de côté la réflexion pouvant être effectuée lors du visionnement d'une image. C'est pourquoi, lors des bulletins de nouvelles télévisés, les journalistes ne font, bien souvent, que décrire ce que l'on voit déjà à l'écran. L'analyse et le questionnement sont donc généralement écartés du traitement médiatique d'une information.

Cette conception de l'image risque de se répercuter sur la couverture médiatique du débat des chefs. Puisque les journalistes considèrent qu'une image est elle-même porteuse de la vérité et de la réalité, il se peut que leur analyse du débat des chefs porte davantage sur l'image des politiciens présents à l'émission que sur leurs propos. La «visibilité» d'un événement demeure donc l'un des critères déterminant de la diffusion d'une nouvelle. Moins elle se traduit en images, moins les journalistes seront portés à en parler dans leurs productions médiatiques (Lasch, 2001). Dans le cas du débat des chefs, on indiquera par exemple qu'un participant semblait sûr de lui, qu'un autre avait une posture peu avantageuse ou qu'il a bafouillé à un moment précis tout en évacuant partiellement certaines informations à caractère politique, moins «visibles». Ainsi, l'image des candidats présents au débat des chefs, portant en elle-même la réalité, serait symptomatique de leur personnalité, de leurs valeurs et, plus précisément, de leur capacité à gouverner. Même les journalistes issus des autres types de médias tenteront de faire appel à l'image (*voir* sect. 1.3). La télévision et la conception actuelle de l'image en général ne permettent pas une analyse poussée. Ce que les journalistes promulguent alors du débat des chefs demeure davantage des faits spectaculaires ne requérant pas une longue explication (Postman, 1985).

De plus, le médium télévisuel, plus spécialement les chaînes d'information en continu, a permis de diffuser des informations plus rapidement et en plus grand nombre (*voir* sect. 1.3). Il en a résulté une multiplication des nouvelles et, dans le contexte actuel de valorisation de l'immédiateté,

une réduction de leur mise en contexte et de leur analyse. L'objectif du journaliste aujourd'hui est de rendre compte du plus grand nombre d'événements les plus récents possible, et non pas de les expliquer (Leconte, 2005). Cette valorisation de l'immédiateté pousse les journalistes à éviter toute médiation de leur part entre la nouvelle et le public. Ils ne doivent que transmettre l'information sans l'analyser, sous peine de se voir accusés d'idéologie (Sloterdijk, 1987). La conception actuelle de l'image veut qu'elle réfère au ici et maintenant, à quelque chose d'utile immédiatement (Gabler, 1998). Il n'y a là pas de place pour les références au passé et donc pour la mise en contexte d'un événement (Postman, 1985). Voilà pourquoi on critique souvent le manque de substance des médias, que ce soit au Québec ou dans d'autres sociétés occidentales telles que la France ou les États-Unis.

De par le rôle d'informateurs et de vulgarisateurs que l'on accorde aux journalistes, ces derniers participent à la construction de la réalité sociale. Ainsi, leur couverture médiatique d'un événement, le débat des chefs y compris, affectera le sens que donneront les gens à celui-ci.

Avez-vous déjà adressé la parole au pape, au président des États-Unis ou même tout simplement au maire de Montréal? Avez-vous déjà voyagé en sous-marin nucléaire, en navette spatiale... ou en Ferrari? [...] pour le plus grand nombre, ces personnages, ces lieux et ces objets seront quand même familiers, grâce aux médias écrits et électroniques. En d'autres termes, pour la majorité des citoyens des pays occidentaux, la perception de la réalité qui s'étend au-delà de l'environnement quotidien tient essentiellement aux représentations produites par les médias. (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991, p. 2)

Plus la technologie communicationnelle évolue, plus le nombre d'objets traités par les médias et la distance entre ces objets et le récepteur du message médiatique augmentent (Ewen, 1996). Ainsi, la perception qu'ont les gens du réel est de moins en moins basée sur l'expérience. Leur contact avec le monde est de plus en plus réduit aux images qu'ils en reçoivent par l'entremise des médias. L'image animée deviendra presque plus vraie que le réel lui-même grâce à son instantanéité, la fidélité et l'immédiateté avec laquelle elle semble reproduire la réalité et le sentiment d'intimité et de proximité ressenti envers ce qu'elle représente en la regardant (Boorstin, 1963). Cette influence des médias sur la représentation du réel demeure toutefois tempérée par certains intermédiaires tels que l'environnement social (famille, amis, collègues, etc.) et les besoins et attentes du récepteur du message médiatique (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

Cette logique médiatique hiérarchise bien sûr à sa façon les différentes nouvelles. Le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur priorise donc certaines informations au détriment d'autres selon

l'importance qui leur a été accordée dans les médias. C'est ce que des théoriciens de la communication ont appelé l'*agenda-setting* ou établissement de l'ordre du jour (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Ainsi, la population québécoise, plus particulièrement ceux qui n'ont pas regardé le débat des chefs, ne retiendra de cet événement télévisé que ce qui en a été dit dans les médias. Puisque c'est ce que l'on retrouve dans les productions médiatiques, les électeurs se représenteront l'émission comme un spectacle discursif où l'objectif est de faire bonne impression sans que l'on analyse en profondeur les idées qui y sont amenées.

Les citoyens formeront également leur opinion sur la performance des chefs au débat sur la base de ce qui en a été dit dans les médias. Toutefois, dans la conception actuelle de l'image, les journalistes ne font bien souvent que répéter ce qu'ils ont vu à l'écran sans aucune explication supplémentaire, puisqu'ils considèrent que les images de l'affrontement télévisé renferment en elles-mêmes la réalité. L'image sans sa fonction de représentation et de médiation demeure pourtant une fraction de la réalité. Par son immédiateté, elle ne peut englober le réel dans son ensemble. Les images que l'on montre à la télévision sont choisies au détriment d'autres et les prises de vues de la caméra montrent un objet plutôt qu'un autre, canalisant de cette façon le sens que l'on donnera à un événement (Dayan et Katz, 1992; Ewen, 1996). De plus, afin d'éviter toute interprétation erronée par leur récepteur, les images véhiculées par les médias sont simplifiées (Boorstin, 1963). Voilà pourquoi les journalistes développent peu les idées qu'ils amènent concernant le débat des chefs.

Dans le but de «rapporter fidèlement la réalité sans s'y immiscer», les journalistes traitent également abondamment des résultats de sondages et basent leur analyse du débat des chefs et de la scène politique en général sur ces enquêtes. Toutefois, comme il semble s'agir d'une grande partie de l'information transmise aux citoyens pour qu'ils puissent poser leur choix électoral, les sondages d'opinion ne font pas que noter la position de l'opinion publique. En quelque sorte, ils la fabriquent et l'influencent (Lasch, 2001). Plusieurs études ont montré un effet de ralliement des électeurs au candidat en avance dans les sondages (Ewen, 1996).

Nous exagérons ce que nous attendons du pouvoir qu'ont ces consultations de nous prédire nos propres décisions. Plus les enquêteurs nous convainquent de leur possibilité de nous offrir une image de nos croyances réelles ou de nos choix futurs, plus confuse devient la notion de ce que nous préférons réellement en tant qu'électeurs. (Boorstin, 1963, p.296)

D'autres citoyens pourraient aussi être portés à effectuer un vote stratégique sur la base des résultats des sondages (Nadeau et Bastien, 2003). Par exemple, au référendum de Charlottetown, le camp du oui s'est vu perdre de six à neuf points chez les Canadiens anglophones, car les résultats des sondages ne le présentaient plus comme le gagnant de la consultation populaire (Baril, 1996).

De surcroît, les sondages ne semblent pas être une mesure juste de l'opinion publique. Les résultats d'un sondage demeurent une panoplie d'opinions suscitées par les questions du sondeur et qui n'ont pas émergé de façon spontanée (Blondiaux, 2003; Ewen, 1996). Les citoyens n'ont pas là le loisir de choisir les thèmes sur lesquels ils voudraient s'exprimer et le moment où ils désireraient le faire (Nadeau et Bastien, 2003). Leur opinion est aussi présentée dans les journaux comme un tout cohérent et homogène, alors qu'il s'agit plutôt de positions individuelles mises ensemble artificiellement dans les résultats d'un sondage. De plus, la façon dont sont posées les questions est susceptible d'influencer la personne qui répond au sondage (Ewen, 1996).

Les sondages ne prennent pas en compte le degré d'intensité des opinions et les posent toutes sur le même pied d'égalité. Ceux-ci ne calculent que les opinions formulées verbalement et délaissent celles qui seraient exprimées par des actions. Ces enquêtes ont pour prémisse que toutes les personnes sondées ont une opinion sur tous les sujets et ne fait pas de distinction entre elles selon leur niveau d'information ou de compétence (Blondiaux, 2003). Finalement, de nombreux chercheurs ont même analysé les renseignements méthodologiques fournis par les médias qui publient les sondages d'opinion et en sont venus à la conclusion que ces informations ne prouvent en rien la qualité du sondage (Nadeau et Bastien, 2003).

La conception actuelle de l'image, fondée sur l'immédiateté, a induit l'impératif du divertissement dans toute production médiatique (*voir* sect. 1.2). L'information sérieuse se transmet moins bien par la télévision (Katz et Feldman, 1968). Puisque la distance critique contenue dans une image a été abolie, la réflexion passe moins bien à l'écran. Par leur caractère d'immédiateté, les images diffusées à la télévision ne permettent pas aux citoyens de s'interroger sur la représentation du monde offerte par ces images et à agir sur celui-ci. Ils restent confinés au rôle de spectateurs recevant ces images comme une exacte copie de la réalité. Le public réagit donc davantage à ce qu'il voit à la télévision plutôt qu'il n'y réfléchit (Gabler, 1998). L'information elle-même souscrit à cette conception réductrice de l'image. Des émissions qui confondent information et divertissement

pullulent désormais. C'est le cas entre autres de l'émission *Tout le monde en parle*, diffusée sur les ondes de Radio-Canada, au Québec (Leconte, 2005).

Le débat des chefs ne fera pas exception à cette exigence du divertissement. Ainsi, les analyses médiatiques de ce dernier ne porteront pas majoritairement sur ce qui a été dit lors de l'événement télévisé, mais plutôt sur la performance et la personnalité des participants, un peu comme on le ferait dans une critique de théâtre, ce qui demeure beaucoup plus attrayant. On cherchera à établir qui a laissé la meilleure impression aux téléspectateurs et qui a semblé être un débateur hors pair (Katz et Feldman, 1968). Par exemple, les journalistes ont expliqué la mauvaise performance de Kim Campbell au débat des chefs de l'élection fédérale canadienne de 1993 non pas par une piètre qualité de ses idées, mais plutôt parce qu'ils avaient trouvé son comportement agressif et ses explications confuses (Baril, 1996). On mettra aussi en relief les gaffes des participants dans les études journalistiques du débat des chefs. Rien n'est plus divertissant qu'une bonne controverse (Grist, 1992). Afin d'ajouter au potentiel de divertissement du débat des chefs, les journalistes le décriront aussi à la manière d'une compétition. Ainsi, on ne traitera pas de l'effet des idées avancées par les participants au débat des chefs sur le public, ce qui demeure essentiellement ennuyant. On couvrira plutôt l'effet que cet événement télévisé aura sur la candidature d'un chef de parti, ce qui est nettement plus dramatique et donc, divertissant (Gabler, 1998). Ce type de couverture ne représente toutefois pas adéquatement le débat des chefs dans son intégralité (Franklin, 1992).

Cette quête du divertissement pousse aussi les journalistes à couvrir les aspects plus humains du débat des chefs (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Décrire la personne qui se cache derrière le personnage public qu'est un chef de parti rejoint un plus large pan de la population. Le public peut alors se sentir interpellé et s'identifier aux protagonistes de la nouvelle. La télévision, par l'utilisation de plans rapprochés, aide à créer cette impression d'intimité avec les acteurs d'un événement (Schatz, 1992; Boorstin, 1963). La nécessité de produire une quantité toujours croissante de reportages contribue aussi à cette exploration de nouvelles facettes du débat, soit la personnalité et la vie des chefs de partis.

Afin de remplir adéquatement cette exigence de divertissement, les journalistes peuvent en venir à créer eux-mêmes ce que Daniel J. Boorstin a appelé des «pseudo-événements». On pourrait définir ce concept par la création artificielle d'événements afin d'attirer l'attention médiatique et de susciter une nouvelle (Boorstin, 1963). Ainsi, les journalistes pourraient être tentés d'extrapoler sur

leurs impressions du débat des chefs afin d'en faire une nouvelle plutôt que de rapporter les propos tenus par les chefs lors de l'émission. Par exemple, lorsque l'on met l'emphasis sur un manque de combativité de la part d'un participant au débat des chefs et que l'on tente d'élucider les raisons de cette attitude, il ne s'agit que de suppositions. Cette nouvelle pourrait être un pseudo-événement.

Avec l'arrivée de la télévision, les politiciens eux-mêmes ont commencé à s'ériger en source de divertissement. Comme le message qu'ils livrent pendant le débat des chefs doit passer par le médium de la télévision, ils se conformeront et conformeront leur discours au véhicule de l'image telle qu'on la perçoit aujourd'hui. Ainsi, leur argumentation devra être courte, simple, expressive et tranchante (Postman, 1985). L'image, dans sa conception actuelle, demande de l'action et de la personnalité (Gabler, 1998). De cette façon, un politicien réussit à passer son message plus facilement (Ewen, 1996). Les participants au débat devront faire état de leur personnalité en un coup d'œil sans que le téléspectateur n'ait à interpréter ce qu'il dit (Gabler, 1998). Le débat des chefs n'apparaît donc pas comme une série d'interactions entre différents candidats à la direction de la province, mais plutôt comme un spectacle où chaque acteur tente, en suivant un rôle précis, de montrer clairement au spectateur quelle est sa personnalité.

La couverture médiatique qui en ressortira traitera de la tension entre ce rôle et la personne qui le remplit. On cherchera à déterminer si cette dernière l'a assumé adéquatement (Dayan et Katz, 1992). Comme la prestation des participants au débat des chefs devient elle-même du divertissement, les journalistes n'auront d'autre choix que de décrire leur performance de cette façon. On s'attardera davantage dans les médias sur l'attitude des chefs de partis et non pas sur leurs idées, car c'est le rôle qu'ils ont joué qui aura un impact sur la population. Ce n'est pas le programme qu'ils ont présenté lors du débat (Ewen, 1996). Mettant l'emphasis sur le côté dramatique du débat des chefs, les journalistes peuvent même influencer sur le déroulement de l'affrontement (Dayan et Katz, 1992). Par exemple, avant le débat des élections fédérales canadiennes de 2004, les journalistes prévoyaient que le chef libéral Paul Martin y ferait une moins bonne apparition que ses adversaires compte tenu de sa personnalité se prêtant moins bien aux joutes oratoires. Incidemment, ce dernier a pu ajuster son comportement en vertu des comportements négatifs qu'avaient noté les journalistes à son endroit. Finalement, sa performance au débat d'idées a été plus que satisfaisante.

2.1.3 Les conséquences des exigences de production des analyses journalistiques

Certaines facettes du métier de journaliste et du monde médiatique eux-mêmes jouent un rôle dans la couverture qui est effectuée du débat des chefs. Tout d'abord, le travail des journalistes pourrait être affecté par le temps de réflexion très court qui leur est alloué pour produire leurs reportages. En effet, dans les minutes qui suivent la fin du débat des chefs, des journalistes issus de la plupart des médias du Québec sont chargés de l'analyser, soit pour le bulletin télévisé des nouvelles diffusé tout de suite après le débat, soit pour parution dans les journaux du lendemain matin. Ils décrètent alors quel chef a, selon eux, offert la meilleure performance lors de l'exercice discursif. Cependant, on peut se demander s'il est réellement possible pour les journalistes de poser une décision éclairée lorsqu'une réflexion approfondie en la matière n'a pu être effectuée, faute de temps.

De surcroît, l'abondance des informations devant être livrées au public par les journalistes demeure une autre variable pouvant influencer sur le traitement médiatique du débat des chefs. Tel qu'expliqué précédemment, plus le domaine des médias subit des révolutions technologiques, plus les renseignements de toutes sortes voyagent plus rapidement et en plus grand nombre à travers la planète (voir art. 2.1.1). L'invention du télégraphe, de la presse mécanique, de la télévision, des chaînes d'information en continu et, plus récemment, d'Internet, aurait facilité la diffusion d'informations. L'objectif des journalistes demeure désormais de faire voyager le plus d'informations possible, et non pas les analyser ou les expliquer. Les analyses journalistiques gagnent donc en incohérence (Postman, 1985). Déjà, en 1963, Daniel J. Boorstin rapporte qu'un journaliste américain a déclaré que sa profession consistait à «pondre des informations» et non pas à les expliquer (1963, p. 41). On peut supposer que ce phénomène a crû avec les années.

Le traitement journalistique actuel d'un événement (ce qui comprend le débat des chefs) ne favorise ni l'analyse, ni la mise en contexte des informations transmises. Selon la logique médiatique d'aujourd'hui, ce qui compte, c'est qu'une foule de renseignements soit disponible à propos d'un événement sans que les liens entre eux n'aient nécessairement à être expliqués. Les spécialistes de l'information se doivent donc désormais de traiter d'un maximum de sujets en un temps toujours plus restreint (Postman, 1985). Ainsi, le débat des chefs apparaît analysé dans ses moindres détails, des arguments présentés par les participants au nombre de fois qu'un candidat s'est épongé le visage (Cater, 1968). La multiplication des sortes de médias contribue à cette augmentation du flot et du nombre d'informations disponibles dans la sphère publique. En effet, toutes les façons de véhiculer un

message, que ce soit par les journaux, les magazines, les stations de radio, les réseaux de télévision, le cinéma, les pamphlets, la publicité, les forums, les tables rondes, les assemblées, les conférences, Internet ou les médias spécialisés, possèdent leur propre angle de traitement d'une nouvelle (Bernays, 1947). Ainsi, aucun aspect d'un événement tel que le débat des chefs ne sera négligé et les points de vue à ce sujet seront multipliés. C'est entre autres choses ce qui est arrivé suite aux débats de 1960 aux États-Unis:

Les grands débats engendrèrent un nombre incroyable de pseudo-événements. Les gens qui avaient vu les émissions lisaient les commentaires avec plus d'avidité encore, et ils écoutaient avec empressement les interprétations nouvelles qui en étaient données. Les représentants des deux partis faisaient des «déclarations» sur les effets probables des débats. La radio diffusa de nombreuses interviews ou «tribunes libres» où l'on explorait toutes les significations possibles. On nous tenait au courant des réactions les plus nuancées de notre pays et des pays étrangers. Les sujets de spéculation se multipliaient. (Boorstin, 1963, p. 60)

2.1.4 L'effet de la concurrence entre les réseaux médiatiques

La compétition qui règne entre les différents réseaux médiatiques québécois peut aussi influencer sur la façon dont les journalistes couvriront le débat des chefs. Afin de se distinguer de la concurrence, les entreprises informationnelles donneront un cadre d'interprétation précis à chaque nouvelle qu'elles traiteront. Chaque réseau cherchera à promouvoir un angle différent des autres réseaux afin d'offrir un produit original. De cette façon, chaque institution médiatique mettra de l'avant les éléments de la nouvelle se conformant au cadre d'interprétation particulier qu'elle s'est donné et tendra à laisser de côté tout ce qui y contrevient (Dayan et Katz, 1992). Il est donc possible qu'un journaliste omette de fournir certains détails pourtant importants sur le débat des chefs, car ils ne conviendraient pas à l'angle d'interprétation promu par l'entreprise pour laquelle il travaille:

[...] la sélection [des nouvelles] ne se fait pas qu'au regard des qualités intrinsèques des questions à sélectionner, mais aussi et peut-être surtout au regard des buts, des contraintes et des ressources de l'organisation qui emploie le sélectionneur. (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991, p. 8)

On mettra plutôt l'emphasis sur tous les aspects qui suivent cet angle, même s'il s'agit de faits de moindre importance (Dayan et Katz, 1992; Franklin, 1992).

C'est en effet la couverture des éléments plus secondaires du débat des chefs qui permettra la différenciation entre les réseaux médiatiques. Le cœur de l'analyse journalistique de cet événement télévisé tend généralement à se ressembler d'une entreprise à l'autre. Celles-ci tenteront donc de maximiser la couverture des faits secondaires et d'être le plus exhaustives possible. L'angle de traitement de ces éléments secondaires varie selon le type de médium utilisé (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Chacun de ces éléments deviendra le sujet d'une nouvelle toute entière et sera analysé dans ses moindres détails. Ceci contribuera aussi à la création de pseudo-événements qui auront toutefois l'air d'être de véritables nouvelles (Dayan et Katz, 1992). Ainsi, la couverture du débat des chefs servira à certains moments des intérêts commerciaux au détriment de la vocation informationnelle des réseaux médiatiques, sauf dans le cas de sociétés publiques (Grist, 1992; Franklin, 1992). Par exemple, lors du débat provincial de 2007, le chef de l'ADQ, Mario Dumont, a exhibé un document provenant du ministère des Transports prévenant de faiblesses dans la structure d'un viaduc s'étant écroulé plusieurs mois après la diffusion de ce document, faisant cinq morts. Dumont arguait lors de l'affrontement télévisé que le premier ministre sortant, Jean Charest, avait ignoré le danger. Cet incident, qui n'a duré que quelques minutes pendant une émission de deux heures, a été couvert dans ses moindres détails par les journalistes. Ces derniers en parlaient encore plusieurs semaines après l'affrontement discursif. Ainsi, puisqu'il s'agit d'un épisode spectaculaire du débat des chefs, quoiqu'insignifiant, les spécialistes de l'information en ont abondamment traité afin d'attirer davantage de lecteurs et de téléspectateurs à l'entreprise pour laquelle ils travaillent.

En vertu de cette logique de concurrence, le journaliste se doit de susciter l'intérêt du public afin d'augmenter le lectorat ou les cotes d'écoute de l'entreprise pour laquelle il travaille et donc d'en accroître les profits. Plus un média attire de lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs, plus les promoteurs publicitaires viendront à lui et, de cette façon, les profits. Conséquemment, les nouvelles rapportées par un journaliste doivent à tout prix être attrayantes et non pas obligatoirement d'intérêt public. De ce fait, il pourra provoquer certains événements afin de pouvoir en traiter et attirer l'attention des gens. Daniel A. Boorstin en donne un exemple flagrant:

Ainsi un reporter du service des dépêches persécuta le sénateur Georges, pendant des jours entiers, de questions sur le commerce extérieur jusqu'à ce qu'il lui ait fait dire que le Japon ferait mieux de renouer des relations commerciales avec la Chine communiste plutôt que d'inonder le marché américain de tissus à bas prix. Puis le reporter se rendit tout droit chez le sénateur Knowland afin que ce dernier prit une position opposée à celle de son collègue. Telle fut l'origine d'une savoureuse histoire [...] (Boorstin, 1963, p. 41)

Dans le cas du débat des chefs, rien n'empêche un journaliste d'utiliser ce genre de provocation avant le débat auprès de l'un des candidats au poste de premier ministre de la province afin de l'amener à se prononcer sur certaines questions pendant le débat. Par exemple, il pourrait, dans les jours précédant l'émission, insister sur certaines questions auprès de l'un des chefs de parti en conférence de presse. Le politicien se sentirait alors peut-être obligé de justifier sa position sur ces questions lors du débat des chefs. Les journalistes ont aussi la capacité d'user de ce type de stratagème après le débat. De surcroît, ils choisissent parfois les intervenants de leurs reportages en fonction de l'intérêt qu'ils susciteront et non pas à cause de l'apport informationnel qu'ils donnent à la nouvelle (Rouquette, 2002).

Cette recherche tous azimuts de l'attention du public force les journalistes à traiter des nouvelles en fonction de leur nouveauté. Conséquemment, le reporter devra effectuer ses productions médiatiques le plus rapidement possible afin de pouvoir consacrer son temps à trouver des informations plus récentes (Boorstin, 1963). Ainsi, une nouvelle décrite à un bulletin télévisé ne fera l'objet que de 30 secondes de temps d'antenne, tout au plus une minute, afin de maximiser le nombre d'événements traités. Pour parvenir à dépeindre un événement de façon cohérente en si peu de temps, il est évident que les données explicitées se doivent d'être simplifiées (Ewen, 1996).

La concurrence se déroule entre les entreprises d'un même médium, mais aussi entre les entreprises œuvrant dans différentes sphères médiatiques. Comme il a précédemment été expliqué, l'invention de la télévision et la conception actuelle que l'on se fait de l'image ont forcé les autres médias à réviser leur façon de couvrir une nouvelle (*voir* sect. 1.3). Afin de concurrencer l'aspect visuel de la télévision, les journalistes œuvrant à la radio et dans les médias écrits ont dû raccourcir leurs analyses et, dans le cas des journaux, revues et magazines, laisser davantage de place aux images et graphiques de couleurs vives (Postman, 1985). L'analyse que les journalistes de la presse écrite et de la radio feront du débat des chefs sera donc simple, le plus courte possible et très imagée.

2.2 L'influence des relationnistes sur les journalistes

2.2.1 Historique des relations publiques en politique

Stuart Ewen définit le spécialiste en relations publiques comme un scientifique, issu des sciences sociales, qui conseille un client ou un employeur sur les attitudes et les actions qu'il doit

prendre afin de gagner le support des individus dont sa viabilité dépend (1996, p. 11). Les bases de la profession de relationniste n'ont réellement été fixées qu'à partir de 1923, avec la publication de l'ouvrage «Crystallizing Public Opinion», écrit par Edward L. Bernays. Dans ce livre, celui que plusieurs considèrent comme le fondateur des relations publiques a expliqué les fondements, les méthodes et l'éthique reliés à ce métier. Il y a établi une distinction importante entre le conseiller en relations publiques et les agents de presse ou de publicité. Ainsi, le conseiller en relations publiques ne promeut pas seulement son client auprès du public, mais cherche aussi à cerner les goûts et les opinions du public pour son client. Pour Bernays, l'arrivée des relationnistes était inévitable. Selon lui, avec la liberté d'expression et la liberté de presse est né le droit de chercher à persuader autrui du bien-fondé d'une idée. Ainsi, l'invention des relations publiques découlerait directement de l'établissement de la liberté d'expression (1947).

[...] one [le conseiller en relations publiques] who directs and supervises the activities of his clients wherever they impinge upon the daily life of the public. He interprets the client to the public, which he is enabled to do in part because he interprets the public to the client. (Bernays, 1961, p.14)

Depuis la fin de la Deuxième guerre mondiale, la profession a connu une grande expansion, y compris au Canada. L'économie canadienne connaissait alors une croissance fulgurante. De plus en plus, les consommateurs se préoccupaient des actions posées par les entreprises, tant publiques que privées. Face à ce phénomène, le recours à des spécialistes des relations publiques a alors augmenté (L'Encyclopédie canadienne Historica, 2008). Par l'usage de techniques de persuasion et afin d'éviter les critiques populaires, les dirigeants de compagnies cherchaient à montrer qu'ils œuvraient pour le bien commun (Ewen, 1996). En 1948, on a fondé, à Montréal, la Société canadienne des relations extérieures et, à Toronto, la Public Relations Association of Ontario (L'Encyclopédie canadienne Historica, 2008; Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Les deux organisations se sont regroupées en 1953 pour devenir la Société Canadienne des Relations Publiques. Cette dernière s'est dotée d'une charte fédérale le 17 avril 1957. La société a connu une telle croissance qu'en 1969, elle a mis sur pied un programme d'accréditation volontaire. Ainsi, ceux qui avaient travaillé pendant cinq ans dans le domaine des relations publiques et avaient réussi un examen à trois volets obtenaient le titre d'agréé en relations publiques. Ces professionnels s'engageaient aussi à respecter le Code d'éthique professionnelle (L'Encyclopédie canadienne Historica, 2008).

Au Québec, c'est durant la Révolution tranquille dans les années 1960 que le domaine des relations publiques s'est surtout développé. À l'instar du reste du Canada, il a d'abord pris naissance

dans les secteurs publics et parapublics pour ensuite se propager aux autres secteurs. Le premier chef de gouvernement québécois à faire appel à un attaché de presse est Paul Sauvé. C'est en 1959 qu'il a commencé à avoir recours aux services de Jean Pelletier comme relationniste. Au début des années 1960, quelques fonctionnaires seulement s'occupaient de la publicité gouvernementale. En 1983, on comptait 623 professionnels des relations publiques dans les rangs du gouvernement du Québec. Ces derniers étaient chargés non seulement des publications gouvernementales, mais aussi des renseignements livrés au public, de la publicité, de l'audiovisuel, des relations publiques, des informations destinées à la presse et plus encore (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

Le début des années 1970 marque la naissance de la première organisation québécoise de relationnistes, l'Association des relationnistes du Québec. Celle-ci a été créée par un groupe de spécialistes des relations publiques de la Société Canadienne des Relations Publiques désirant s'en dissocier. La société était en effet considérée trop anglophone et trop montréalaise. L'Association des relationnistes du Québec s'est ensuite fusionnée avec la Société des relationnistes du Québec en 1984 (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Cette dernière existe encore aujourd'hui.

De façon générale, l'invention de la télévision a inscrit un point tournant dans la façon de pratiquer les relations publiques en politique. Les politiciens tentaient (et tentent toujours aujourd'hui) d'adapter leur style politique à ce médium. Ils cherchent de cette manière à manipuler à leur avantage les images que l'on projette d'eux à la télévision. Pour ce faire, les partis politiques emploieront des attachés de presse, des conseillers en marketing et en publicité ainsi que des spécialistes des relations publiques afin de promouvoir une image positive d'eux-mêmes, de leurs membres et de leur programme (Franklin, 1992). Les campagnes électorales sont devenues de plus en plus axées sur la personnalité des candidats et de moins en moins sur leurs idées. Les thèmes abordés sont même choisis dans le but de mettre en valeur les qualités particulières des politiciens (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005).

De nos jours, les politiciens utilisent davantage les conseillers de l'image et recourent moins aux rédacteurs de discours (Postman, 1985). Un message télévisuel (comme c'est le cas du débat des chefs) demeurant essentiellement de nature visuelle, les politiciens doivent s'adapter à la conception actuelle de l'image (Postman, 1985; Giasson, 2006). Ils délaissent donc progressivement le discours réflexif au profit d'une approche davantage basée sur l'immédiateté, utilisant nombre de formules chocs pour marquer leur propos (Postman, 1985). Comme on considère aujourd'hui qu'elle

renferme en elle-même la réalité, le sens d'une image est rarement remis en question. L'image demeure donc la façon la plus sûre de transmettre une idée. Dans sa forme actuelle, elle ne requiert aucune connaissance préalable pour être décodée (Ewen, 1996). De surcroît, plusieurs chercheurs estiment que l'image a un impact sur les choix politiques des citoyens (Giasson, 2006). C'est pourquoi les politiciens s'en servent à profusion afin d'atteindre les électeurs (Lasch, 2001). Malgré cela, les citoyens sont de moins en moins dupes face à ces tentatives de manipulation des «faiseurs d'images». De plus en plus, les citoyens critiquent les politiciens à propos de ce qu'ils considèrent être un manque d'honnêteté envers eux. Ils se désintéressent progressivement de la politique, comme en témoigne la diminution constante du taux de votation.

Les années 1970 coïncidaient avec un changement dans les mœurs journalistiques. Ces derniers ont à ce moment délaissé leur ton plus complaisant à l'endroit des politiciens pour adopter une approche plus critique. Ce faisant, chaque intervention publique d'un acteur politique doit dorénavant faire l'objet de longs préparatifs nécessitant un recours accru aux spécialistes des communications (Nadeau et Bastien, 2003). Au même moment, on a assisté à ce que Nadeau et Bastien ont qualifié de «montée du marketing politique» (2003, p. 172). Le marketing politique consiste à cibler les besoins des individus et à adapter le programme d'un parti à ces besoins. On détermine en premier lieu les attentes des électeurs par des sondages et des groupes de discussion (*focus groups*). On sépare ensuite les citoyens sondés en sous-groupes selon certains critères tels que l'âge, le sexe, la scolarité, etc. On sélectionne ensuite le groupe qui semble posséder un potentiel électoral élevé, puis on adapte le programme du parti aux attentes de ce groupe de personnes. Il faut aussi s'assurer que l'on divulgue le contenu du programme à un moment propice aux gains électoraux (Nadeau et Bastien, 2003). Cette technique permet aussi d'éviter les critiques populaires avant même qu'elles n'apparaissent (Ewen, 1996).

La croissance des médias, avec l'invention de la télévision et, à la fin du XXe siècle, des chaînes d'information en continu et d'Internet, a mené à une prolifération des pseudo-événements tels que définis par Daniel J. Boorstin (*voir* art. 2.1.2). Cette augmentation du nombre et de la vitesse des canaux de transmission de l'information a permis aux relationnistes de diffuser plus facilement et plus largement leur message, à condition bien sûr de faire l'objet d'une couverture journalistique (Ewen, 1996). Afin d'obtenir l'attention des médias, les spécialistes des relations publiques se sont mis à susciter nombre d'événements qui n'auraient pas eu lieu s'ils ne les avaient pas inventés de toutes pièces. Premières de films, conférences de presse, remises de prix, manifestations, tous ces événements ne visent qu'une seule chose: captiver les journalistes et faire l'objet d'une couverture médiatique

étendue. De façon générale, ces pseudo-événements tendront à être le plus divertissants possible afin de capter plus facilement l'attention des journalistes (Gabler, 1998).

Ces événements se sont multipliés à un tel point qu'il est aujourd'hui difficile de les séparer de ceux qui n'ont pas été artificiellement créés précisément pour susciter une attention médiatique. En effet, des groupes de pression de tous horizons, dont le domaine politique, se sont désormais appropriés les techniques de relations publiques et créent des pseudo-événements afin d'être sous les projecteurs des médias. Ainsi, les interventions publiques des hommes et femmes œuvrant en politique seront préparées en fonction de leur couverture médiatique. L'heure à laquelle elles auront lieu et leur longueur seront déterminées afin d'accommoder les médias (Gabler, 1998).

En contrôlant chaque aspect d'un événement, les relationnistes s'assurent que les médias n'ont accès qu'à ce qui sert les intérêts de leur client. De cette façon, ils ont la possibilité de déterminer la manière dont on fera état de ces interventions dans les médias (Ewen, 1996). Lors de ces pseudo-événements, les politiciens seront davantage préoccupés par l'impression qu'ils laisseront aux journalistes que par leurs réelles actions. Il apparaît désormais plus important d'avoir l'air efficace que de l'être vraiment (Gabler, 1998). Plus une idée est facile à comprendre, plus elle est susceptible d'être acceptée comme une vérité. L'utilisation de professionnels des relations publiques en politique remet le concept même de démocratie en cause. Cette dernière est basée sur l'élection consentie d'un gouvernement par le peuple. Si ce consentement a été façonné sur la base d'idées entièrement construites par les relationnistes, peut-on toujours parler de démocratie (Ewen, 1996)?

2.2.2 Le va-et-vient des professionnels entre les milieux politique et journalistique

De plus en plus, on assiste au Québec à un mouvement de va-et-vient des professionnels entre les milieux politique et journalistique. Ce phénomène pourrait influencer sur la couverture médiatique accordée au débat des chefs. Ainsi, un nombre croissant de politiciens et de relationnistes politiques délaissent leur champ d'expertise pour se consacrer au journalisme. Des émissions de télévision comme «Le club des ex», diffusée sur les ondes de RDI, en sont la preuve. «Le club des ex» est une table ronde portant sur l'actualité politique dont les trois analystes sont issus du milieu politique (Radio-Canada, 2008c). Il s'agit de Liza Frulla, ancienne députée du Parti libéral du Québec, puis du Parti libéral du Canada, Jean-Pierre Charbonneau, ancien député du Parti québécois, et Marie

Grégoire, ancienne députée de l'Action démocratique du Québec (Radio-Canada, 2008c; Assemblée nationale, 2007; Assemblée nationale, 2008a; Assemblée nationale, 2008b).

Le rôle politique habituellement dévolu aux journalistes est celui de faire la lumière sur tous les enjeux de la politique québécoise, dont le débat des chefs. Ainsi, ils sont tenus de demeurer neutres et d'expliquer chaque situation dans tous ses aspects, particulièrement ceux que les politiciens cherchent à taire. La présence de politiciens dans le milieu du journalisme menace l'impératif d'objectivité auquel sont traditionnellement tenus les journalistes. Est-il possible pour un analyste issu d'un parti politique de poser une réflexion critique sur son ancienne formation politique? Ne risque-t-il pas d'être influencé par ses allégeances passées? Tentera-t-il d'influer sur le traitement médiatique que l'on accordera à son ancien employeur? Ces déplacements entre les milieux politique et journalistique soulèvent plusieurs questionnements éthiques.

Le phénomène inverse existe aussi. Plusieurs journalistes ont quitté le monde des médias pour travailler en tant que spécialistes des relations publiques pour un politicien ou pour se lancer en politique eux-mêmes. Par exemple, la journaliste de Radio-Canada, Christine Saint-Pierre, est devenue, en 2007, candidate pour le Parti libéral du Québec. Elle a été élue dans la circonscription de l'Acadie et est aujourd'hui ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (Bouchard, 2007c). Au même moment, le journaliste Bernard Drainville s'est présenté comme candidat aux élections provinciales de 2007 pour le Parti québécois. Certains journalistes font les deux à la fois. Par exemple, André Arthur, député indépendant à la Chambre des communes, a également animé un bulletin de nouvelles à TQS. C'est aussi le cas de jeunes pigistes acceptant, entre deux articles, un contrat de relations publiques afin de subvenir à leurs besoins. Ce faisant, ces spécialistes de l'information courent le risque de mélanger les intérêts journalistiques du média pour lequel ils travaillent avec les intérêts politiques de leur autre employeur.

De nombreux journalistes expérimentés se font également approcher par les partis politiques afin d'œuvrer comme conseillers aux médias. Beaucoup des relationnistes d'aujourd'hui ont commencé leur carrière dans un autre domaine que celui des relations publiques, dont celui du journalisme. Il est intéressant de constater que les spécialistes des relations publiques sont généralement mieux payés que les journalistes (L'Encyclopédie canadienne Historica, 2008). Afin que leur message soit adapté le mieux possible aux différents médias auxquels il s'adresse et qu'il ait un maximum d'efficacité, les partis politiques engagent souvent les personnes les mieux placées pour

comprendre le monde journalistique, soit les journalistes eux-mêmes (Bernays, 1947). Ce va-et-vient des professionnels entre le domaine médiatique et le domaine politique pose un problème éthique pour le milieu journalistique (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). En effet, les journalistes nouvellement relationnistes possèdent un accès privilégié aux médias. Comme ils sont issus de ce milieu, ils y gardent souvent de nombreux contacts. Il apparaît donc plus facile pour eux de véhiculer le message de leur parti dans les médias. Ils pourraient donc utiliser leurs ressources dans le domaine du journalisme afin d'influencer la couverture qui sera faite de la performance du dirigeant de leur parti au débat des chefs.

2.2.3 L'impact du conseiller de l'image sur les analyses journalistiques

L'une des tâches des relationnistes politiques demeure de veiller à ce que l'image du politicien pour lequel ils travaillent soit la plus positive possible. Pour ce faire, les spécialistes des relations publiques s'assureront que l'apparence, le style, l'attitude et la personnalité de leur patron soient conformes à l'image publique qu'il désire projeter de lui-même, plus spécialement en vue du débat des chefs (Gabler, 1998; Trent et Friedenberg, 1983). Les relationnistes tenteront donc de déterminer ce que les électeurs recherchent chez un dirigeant politique, en recourant par exemple aux sondages, et de modeler leur client à cette idée (Gabler, 1998; Leconte, 2005; Lubell, 1968).

L'image que l'on désire projeter d'un chef de parti sera chargée de symboles référant à la personnalité que l'on tente d'associer au politicien (Trent et Friedenberg, 1983). La personnalité d'un candidat à la direction de la province ne sera toutefois pas revue en entier. Les spécialistes de l'image s'inspirent généralement du caractère de leur client et en modifient les éléments qui pourraient lui faire ombrage (Giasson, 2006). Le travail que réalisent les conseillers de l'image sur les chefs des formations politiques québécoises peut influencer la façon dont les journalistes traiteront du débat des chefs. Comme les participants à l'affrontement télévisé mettent eux-mêmes l'emphasis sur leur image au détriment de leurs idées, les spécialistes de l'information risquent aussi d'accorder une plus grande place à l'image dans leur analyse.

Les conseillers de l'image ne laissent rien au hasard. Chaque détail de l'habillement, de l'attitude et de la gestuelle des chefs de partis sera minutieusement choisi avant le débat des chefs en fonction de l'effet qu'il aura sur les médias afin de mettre leur candidat en valeur (Franklin, 1992). Les

relationnistes approchent l'affrontement télévisé comme un événement médiatique où la façon avec laquelle des idées sont avancées demeure beaucoup plus importante que les idées elles-mêmes (Gabler, 1998). «It's not what you say, but how you say it, that matters.», dit à cet effet Stuart Ewen (1996, p. 31). Même les propos tenus durant le débat devront refléter l'image qu'un candidat a tenté de projeter de lui-même pendant toute la campagne électorale. Cette image pourra toutefois fluctuer pendant l'exercice télévisé au gré des interventions des autres participants (Leconte, 2005). Ainsi, les conseillers de l'image font presque de leurs protégés des acteurs devant suivre un rôle précis à un moment précis (Lubell, 1968; Trent et Friedenberg, 1983). Ils leur remettent même un texte à mémoriser en vue de l'exercice télévisé. Ce guide argumentaire indique aux candidats de quelle façon ils doivent mettre de l'avant les différentes propositions de leur parti pendant l'émission (Giasson, 2006).

Devant cette situation, les journalistes se retrouvent à juger non pas de la valeur politique des propos tenus lors du débat, mais plutôt de l'efficacité des techniques de relations publiques et de construction de l'image des chefs de partis (Gabler, 1998; Leconte, 2005). Comme les dirigeants des formations politiques préparent leur performance pour les médias, le gagnant du débat demeurera celui qui a le plus impressionné les médias, sans égard à ce qu'en pensent les téléspectateurs (Gabler, 1998). La victoire sera généralement attribuée au chef qui a donné la meilleure image de lui-même, et non pas les meilleurs arguments (Baril, 1996). Le langage utilisé par les journalistes pour analyser le débat des chefs relèvera donc moins du politique que de la critique de théâtre. On parlera de la manière dont on a bâti l'image des politiciens ainsi que de leur apparence et de leur performance lors de l'exercice télévisé (Gabler, 1998). Lequel possède un meilleur sens de la répartie? Lequel semblait le plus sincère ou le plus agressif? Ce sont les réponses à ces questions qui se trouveront dans les journaux et les bulletins de nouvelles au lendemain du débat (Katz et Feldman, 1968). Le contenu du discours des politiciens sera quant à lui partiellement évacué des analyses médiatiques (Gabler, 1998).

Avant le débat des chefs, les journaux publient même des analyses écrites par des spécialistes de l'image établissant ce que les candidats devraient dire et faire pendant la joute oratoire. Le lendemain de l'émission, ces mêmes «analystes» rendent de leur verdict au sujet de la performance des chefs dans les médias écrits en fonction des critères qu'ils avaient eux-mêmes précédemment instaurés.

Lors de la construction de l'image publique d'un politicien, ce qui importe, ce n'est pas qu'il ait réellement accompli ce qu'il dit avoir fait, mais plutôt qu'il ait l'air d'avoir réalisé certains de ces projets (Gabler, 1998; Trent et Friedenberg, 1983). Ainsi, un politicien pourra mettre de l'avant lors du débat des chefs certaines de ses «réalisations» afin de se mettre en valeur. Si ses méthodes de manipulation des médias ont fonctionné efficacement, personne ne mettra en doute le fait qu'il ait réellement entrepris toutes ces mesures, pas même les journalistes. Leur rôle d'analystes critiques du débat des chefs apparaît donc menacé par les conseillers de l'image des politiciens (Gabler, 1998).

Tel qu'il a précédemment été expliqué, l'image demeure souvent perçue comme une vérité objective (*voir* art. 2.1.2). Puisqu'il ne semble y avoir aucun intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur d'une image (bien que chaque image demeure le résultat d'une mise en scène), celui qui la regarde est porté à l'accepter telle qu'elle se présente (Ewen, 1996; Lubell, 1968; Lebel, 2003). Il en va de même pour les journalistes qui reçoivent l'image que leur projette un politicien. Si elle semble crédible, elle sera conçue comme symptomatique de la personnalité réelle de ce politicien. C'est, du moins, ce que croit Estelle Lebel: «Particulièrement dans les contextes informatifs, les usages de l'image font qu'elle authentifie non seulement ce qu'elle donne à voir, mais encore l'ensemble du discours dont elle est le co-texte.» (2003, p. 98-99).

Ainsi, la crédibilité déterminera ce qui sera perçu comme la vérité (Ewen, 1996; Trent et Friedenberg, 1983). La perception qu'auront les journalistes de la performance d'un candidat au débat des chefs sera nécessairement influencée par l'idée qu'ils se font de sa personnalité. Malgré cela, ce qu'ils croient être sa personnalité n'est peut-être qu'une construction fictive visant à obtenir des votes et ressemblant peu à son véritable caractère. De surcroît, plus une image correspond à ce que veulent diffuser les médias, plus elle a de chances de se faire transmettre telle quelle (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991; Baril, 1996). Ainsi, si l'image d'un politicien convient aux critères des journalistes, ils seront davantage portés à la diffuser sans l'analyser et remettre en cause ce qu'elle signifie. De cette façon, le traitement journalistique d'un événement télévisé tel que le débat des chefs devient le reflet des tactiques de relations publiques des chefs de partis (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

L'objectif d'une image politique demeure de créer des impressions générales dans la population, plus particulièrement lorsqu'elle est diffusée à la télévision. Les informations qu'elle comporte ne sont donc habituellement pas très précises et complètes (Baril, 1996). Cette situation pourrait expliquer le fait que les journalistes s'attardent aux aspects plus «superficiels» du débat des

chefs lorsqu'ils l'analysent, tels que l'apparence, le style et les tactiques des participants. Comme les renseignements qui leur parviennent sont de nature générale, leur couverture médiatique reflétera cette généralité.

Le travail qu'effectue un chef de parti sur son image viendra mettre l'accent sur la personne qui dirige une formation politique au détriment du parti lui-même et de son programme. En effet, le politique demeure en théorie le lieu où une population se représente et se donne une image d'elle-même en fonction des idéaux vers lesquels elle veut tendre. Dans une logique de l'image où la distance critique permettant d'élaborer ces idéaux est abolie, l'image politique renvoie désormais à un symbole immédiat du politique, à savoir le chef de parti. On tente donc de mettre de l'avant la personnalité d'un chef politique, et non pas ses idées (Lubell, 1968). Même le choix des enjeux à privilégier lors du débat visera à valoriser le leadership du dirigeant d'un parti (Giasson, Nadeau et Bélanger, 2005). Ainsi, l'attention médiatique sera dirigée non pas vers les propositions d'une formation politique, mais plutôt sur son dirigeant en tant que personne (Lubell, 1968). Les analyses journalistiques du débat des chefs porteront sur les qualités de débateur de chacun des chefs de partis, sur le fait que leur image coïncide ou non avec celle d'un chef de gouvernement en qui l'on pourrait avoir confiance et sur leur image personnelle en tant qu'être humain (Lang et Lang, 1968). Ce faisant, les citoyens n'ont plus le loisir de débattre des idéaux dont ils voudraient faire leur projet de société. Ils sont une fois de plus relégués au rang de spectateurs de la politique (Lasch, 2001).

Cette personnalisation des partis politiques dans les médias apparaît exacerbée par certains impératifs reliés au monde même du journalisme, plus particulièrement du journalisme télévisé. En effet, il est difficile de montrer un parti politique lors d'un bulletin de nouvelles télévisé. Il sera beaucoup plus facile de diffuser des images de son principal symbole, soit son chef. C'est pourquoi on s'attardera davantage à la personnalité d'un chef de parti plutôt qu'à sa formation politique (Franklin, 1992).

L'une des stratégies adoptées par les politiciens pour promouvoir une image positive d'eux-mêmes est d'apparaître au-dessus de la «petite politique» (Trent et Friedenberg, 1983). En effet, les électeurs reprochent souvent aux politiciens leurs discours signifiant tout et rien à la fois (la fameuse «langue de bois») et leur manie de dénigrer l'adversaire au lieu de mettre en valeur les éléments intéressants de leur propre programme. Les participants à un débat des chefs auront souvent pour objectif de laisser l'impression qu'ils ne se situent pas dans cette veine. Pour ce faire, ils utiliseront

plusieurs techniques telles qu'ignorer les autres candidats et éviter toute confrontation avec eux (Trent et Friedenberg, 1983). Jean Lesage a notamment usé de cette tactique lors du débat de l'élection provinciale de 1962. Afin de se dissocier de la «politique de bas niveau», les chefs de partis refuseront de débattre du côté technique de leurs politiques. Toutefois, un débat des chefs sans interaction entre ses participants ne relève plus de l'affrontement discursif. Il ne devient alors qu'une scène où chaque chef de parti transmet un message. Le cas échéant, la couverture médiatique du débat des chefs n'aura d'autre choix que de refléter ce qui s'est déroulé lors de l'événement télévisé. Comme les journalistes ne peuvent traiter d'un débat d'idées n'ayant pas réellement eu lieu, leurs productions médiatiques feront surtout état de l'attitude des chefs, de leur apparence et de leur gestuelle (Charland, 2003).

Une autre stratégie adoptée par les candidats à la direction d'un gouvernement pour donner une bonne image d'eux-mêmes se positionne à l'opposé de celle susmentionnée. Elle consiste à attaquer les autres chefs de parti sur leurs propositions ou leurs réalisations. Cette attitude se retrouve surtout dans les partis d'opposition. Ici, l'important n'est pas de trouver des solutions aux problèmes soulevés, mais bien de démontrer que les solutions de l'adversaire sont inadéquates (Trent et Friedenberg, 1983). Bien qu'elle soit complètement différente de la précédente, cette tactique a les mêmes conséquences sur la couverture médiatique du débat des chefs. En effet, l'affrontement télévisé sera ponctué d'attaques et de répliques misant sur le spectaculaire sans qu'aucune idée nouvelle ne soit amenée. Ce faisant, les journalistes n'auront encore une fois d'autre choix que de traiter de l'attitude des chefs et de leurs techniques de persuasion et non pas de leur programme. Cela viendra accentuer le phénomène d'information spectacle déjà mis en œuvre par les médias et les journalistes. Puisque le débat ressemble dans ce cas à une compétition, on analysera la performance des chefs comme on traiterait d'un match de boxe, déterminant qui a mis «K-O» son adversaire, qui a le mieux «frappé» l'autre, etc.

Ainsi, la hiérarchisation des nouvelles chez les médias québécois a été modifiée en fonction de ces critères médiatiques. Aux yeux des journalistes, le sourire d'un chef de parti est devenu aussi important et digne d'un traitement médiatique égal au programme d'une formation politique. Pour qu'il soit possible de parler de tout de façon égale sans que cela ne pose problème, les journalistes devront ne pas faire de liens entre ces informations et ne pas les analyser.

La capacité de «mise en ordre» inépuisable des mass-media repose sur leur «style» additif. C'est seulement pour s'être établi au point zéro de la pénétration intellectuelle qu'ils peuvent tout donner et tout dire, et tout cela, à nouveau, tout à la fois. Ils n'ont qu'un seul et

unique élément intelligible: le «et». Avec ce «et», on peut littéralement faire de tout un voisin. C'est ainsi que se créent des enchaînements et des voisinages auxquels rationalistes et esthètes étaient loin de s'attendre: mesures d'économie – et – premières représentations théâtrales – et – championnat du monde de moto – et – impôt pour les filles publiques – et – coups d'État... [...] Ils [les médias] englobent tout parce qu'ils n'appréhendent rien; ils parlent de tout, ne disent rien de rien. (Sloterdijk, 1987, p.389)

Puisque l'ensemble des informations transmises par les médias sont banalisées, les citoyens se sont mis à les banaliser aussi et perdent de ce fait la possibilité de poser un jugement critique sur ces informations indifférenciées. Cela peut aider à comprendre l'important désintéressement des électeurs envers la politique. Cette indifférenciation entre les choses s'étend aussi aux partis politiques. Visant à obtenir l'appui du plus grand nombre d'électeurs, les projets de société qu'ils offrent sont dénués de tout particularisme et en viennent tous à se ressembler. Devant l'absence d'un choix réel, les électeurs se désintéressent donc des partis politiques et de leurs propositions (Lasch, 2001).

2.2.4 L'effet des interactions entre relationnistes et journalistes

Outre le travail sur l'image de leur protégé, les relationnistes ont une autre tâche primordiale: celle d'influencer directement les journalistes en faveur de leur client. Pour ce faire, ils essaieront d'entrer en relation directe avec les spécialistes de l'information en créant un lien de personne à personne. En effet, un individu est moins porté à critiquer quelqu'un qu'il connaît personnellement. C'est pourquoi les relationnistes tenteront de créer des liens avec les journalistes. Aux États-Unis, l'ancien président Franklin D. Roosevelt a longtemps utilisé de cette stratégie. Il invitait les journalistes dans de nombreux dîners et réceptions. Il avait alors l'opportunité de discuter avec eux, de leur dire à quel point il les avait en haute estime et d'ainsi gagner leur sympathie (Ewen, 1996). Certains journalistes québécois acceptent aussi de manger en compagnie de relationnistes en échange d'informations privilégiées. Cette relation de proximité donne ainsi l'occasion au spécialiste des relations publiques d'exercer une pression sur le journaliste pour qu'il publie une nouvelle favorable à son client (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

La récurrence des contacts entre les relationnistes des candidats à la direction du gouvernement québécois et les journalistes facilitera la création de relations entre eux. En effet, ils sont souvent amenés à se croiser lors de conférences de presse et d'autres événements de nature politique tels que le débat des chefs. Se faisant, ils commenceront à se connaître de plus en plus. Les conseillers

en relations publiques pourront alors adapter leurs tactiques selon le journaliste auquel ils s'adressent afin de susciter une couverture médiatique plus favorable à leur client (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991).

Ces techniques de persuasion différeront aussi selon le moment où elles ont lieu. Un relationniste interagissant avec un journaliste avant le débat des chefs mettra l'emphasis sur les attentes à avoir envers son candidat dans sa discussion avec le spécialiste de l'information. Par exemple, si les attentes sont basses, il ne sera pas difficile pour un chef de parti de faire bonne impression lors de l'affrontement télévisé. C'est, entre autres, ce qui est arrivé à Paul Martin lors de l'élection fédérale canadienne de 2004. Avant le débat, le conseiller en relations publiques tentera aussi de créer des attentes par rapport aux adversaires de son protégé. En mettant l'accent sur certains de leurs défauts, les journalistes et les téléspectateurs y seront particulièrement attentifs pendant le débat (Trent et Friedenberg, 1983).

Après l'exercice télévisé, le relationniste d'un chef de parti tendra plutôt à souligner de façon répétée la bonne performance de son client et les mauvais coups des autres concurrents auprès des journalistes. Il se rend le plus disponible possible pour répondre aux questions des spécialistes de l'information et ainsi avoir le loisir d'influencer les renseignements diffusés au public. En effet, ces entrevues sont parfois retransmises telles quelles dans les journaux et à la télévision. Les médias deviennent, de ce fait, une scène de spectacle où s'affrontent les différents conseillers en relations publiques des politiciens. Cette tactique de relations publiques demeure la plus utilisée en campagne électorale (Trent et Friedenberg, 1983).

Une autre stratégie adoptée par les relationnistes afin de rejoindre directement les journalistes demeure la rédaction de communiqués de presse. Il s'agit d'envoyer aux médias un texte informatif concernant leur client et ses actions afin d'en faire la promotion (Ewen, 1996). Ce dernier est construit comme un article de journal, de façon à ce que les journalistes puissent les utiliser tels quels sans avoir à les modeler pour les besoins de leur média (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). L'objectif ici demeure d'amener les journalistes à reprendre les éléments du communiqué de presse dans leurs productions médiatiques et ainsi diffuser intégralement le message du relationniste (Ewen, 1996).

Le communiqué de presse traite la plupart du temps d'événements qui ne se sont pas encore déroulés, mais est rédigé comme s'ils avaient déjà eu lieu. On cherche de cette façon à présenter le texte comme le compte-rendu spontané d'un événement imprévu alors que le communiqué est en fait créé de toutes pièces au préalable par le relationniste. Conséquemment, «[l]e rapport de presse de ce qui est authentiquement «arrivé» (ou s'est dit) semble de plus en plus être ce qui a été répandu à l'avance.» (Boorstin, 1963, p. 34). De cette façon, il pourrait être possible pour un conseiller en relations publiques de produire (avant ou après le débat) un communiqué de presse traitant de cet événement médiatique d'une manière favorable à son client (Ewen, 1996). Ce qui sera repris dans les médias à propos du débat des chefs, c'est l'idée que l'on s'en était faite avant même que le débat ait lieu et non pas ce qui y est arrivé.

Plus il est adapté aux exigences des médias, plus un communiqué risque d'influencer les journalistes. À cet égard, Charron, Lemieux et Sauvageau donnent l'exemple de l'entreprise d'aluminium ALCAN: «ALCAN possède un service de relations publiques bien organisé, qui produit une information si bien préparée qu'il est difficile de ne pas céder malgré soi à la séduction.» (1991, p. 95). L'usage d'avis d'experts dans un communiqué aide beaucoup à la crédibilité du texte. En effet, les journalistes font davantage confiance à ces tiers partis et sont donc portés à ne pas contre-vérifier leurs dires (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991; Bernays, 1947). Il arrive parfois que ces experts envoient eux-mêmes des lettres à la presse se positionnant en faveur d'un candidat particulier (Trent et Friedenberg, 1983). Toutefois, il ne suffit pas de mentionner dans un communiqué de presse qu'un chef de parti possède certaines qualités. Les journalistes et le public doivent observer chez le dirigeant d'une formation politique un comportement équivalent à ce qui est décrit dans le texte, sans quoi il n'aura pas l'effet escompté (Ewen, 1996).

Afin d'attirer l'attention médiatique et, conséquemment, celle des citoyens québécois sur le politicien pour lequel ils travaillent, les spécialistes des relations publiques créent des pseudo-événements (*voir* art. 2.1.2). Tout ce qui s'est déroulé pendant le débat des chefs est matière à pseudo-événement (Gabler, 1998; Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Ainsi, le relationniste peut mettre l'emphasis sur un détail insignifiant de l'affrontement télévisé (par exemple, le ton de voix peu assuré d'un adversaire) auprès des journalistes et créer de ce fait une nouvelle si les médias reprennent cette histoire. Plus le pseudo-événement est divertissant, plus il risque d'être traité par les journalistes (Gabler, 1998).

Les relationnistes peuvent aussi mettre en place une chaîne de pseudo-événements visant à perpétuer l'effet du premier pseudo-événement créé (Bernays, 1947; Boorstin, 1963). Les pseudo-événements ont aujourd'hui tellement proliféré avec la croissance des relations publiques qu'il est désormais difficile de faire la distinction entre la réalité et les nouvelles créées de toutes pièces par les relationnistes. Cette multiplication des pseudo-événements a aussi amené les journalistes à couvrir l'effort que les conseillers en relations publiques mettent à essayer d'attirer l'attention médiatique plutôt que de traiter du contenu du débat des chefs lui-même (Gabler, 1998). C'est la construction du pseudo-événement qui devient la nouvelle, et non pas l'événement en tant que tel.

La couverture médiatique du débat des chefs souscrit aussi à ce phénomène. La façon dont est construite l'émission laisse l'impression aux politiciens qu'ils ont, lors du débat, l'occasion de parler directement aux citoyens sans le filtre des médias. De cette façon, ils croient qu'ils peuvent utiliser le médium télévisuel à leur avantage en usant de certaines tactiques de relations publiques, par exemple en ayant recours aux services d'un «faiseur d'image». Dans une logique de l'image liée à l'immédiateté, les journalistes se retrouvent à couvrir non pas les images qu'ils ont vues lors du débat des chefs (qui porteraient en elle-même la vérité et qu'il n'est donc pas nécessaire d'expliquer), mais plutôt les tactiques dont se sont servis les chefs de partis pour créer ces images. En traitant de la façon dont les politiciens ont cherché à se servir d'eux, les médias en viennent donc à parler de plus en plus d'eux-mêmes. Comme les journalistes traitent désormais des médias lorsqu'ils effectuent la couverture du débat des chefs, et non pas des projets de société véhiculés par les chefs de partis lors de l'émission, le pouvoir politique des citoyens en apparaît diminué. Une fois de plus, on les confine à un rôle de spectateur de la politique.

Puisque les pseudo-événements coûtent cher à produire, leurs créateurs se doivent de les publiciser et de les ériger en nouvelles incontournables (Ewen, 1996). Ils sont bâtis de façon à être compris clairement et à attirer l'attention du public, par exemple en promulguant une histoire hors de l'ordinaire ou en misant davantage sur le côté dramatique d'un événement (Ewen, 1996; Bernays, 1947). Conséquemment, ils sont souvent préférés aux événements réels. Aujourd'hui, connaître l'entière réalité des pseudo-événements demeure signe que l'on possède une connaissance générale étendue, ce qui encourage le citoyen, comme le journaliste, à absorber davantage de pseudo-événements. La frontière entre connaissance et ignorance devient de ce fait de plus en plus mince. La différence entre les événements réels et ceux créés de toutes pièces apparaît aussi de plus en plus floue (Gabler, 1998). Les débats des chefs eux-mêmes engendrent une quantité phénoménale de pseudo-événements. En effet, le moindre détail relié au débat (par exemple, ce que les partis politiques ont dit du débat, les

réactions des citoyens et des pays étrangers, etc.) fera l'objet d'une couverture médiatique (Boorstin, 1963).

Tous les aspects d'un pseudo-événement ne visent qu'un seul et même objectif: sembler attrayants pour les journalistes. Pour influencer la façon dont la presse traitera d'un événement, chacune de ses parties doit être contrôlée (Ewen, 1996). Ainsi, chaque détail sera adapté aux besoins des médias (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991; Gabler, 1998; Bernays, 1947). Même le moment où il sera transmis aux journalistes sera déterminé en fonction de l'impact qu'il aura dans ce contexte particulier (Bernays, 1947). La couleur de l'habit d'un participant au débat des chefs, la longueur et la teneur de ses interventions, tous les éléments de l'affrontement télévisé seront choisis en fonction de la couverture médiatique qu'ils recevront (Gabler, 1998).

Comme ils se situent au cœur de ce phénomène, les journalistes se retrouveront non plus à couvrir les propos tenus lors du débat des chefs, mais plutôt à évaluer l'efficacité avec laquelle les politiciens et leurs relationnistes ont tenté de se servir d'eux (Gabler, 1998; Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Le gagnant du débat sera celui qui a le plus impressionné les médias sans égard à ce que les électeurs ont pu en penser. Les journalistes déclarent être parfaitement conscients de cette mise en scène, mais jouent tout de même le jeu des politiciens et de leurs relationnistes. Sachant que le débat des chefs est presque devenu une pièce de théâtre avec des acteurs suivant un rôle précis, leurs critères d'analyse de l'émission suivront ceux d'une critique de théâtre. On cherchera à savoir qui paraissait le mieux et qui a le mieux performé. Bref, les journalistes tentent de déterminer qui était le plus divertissant (Gabler, 1998). Ainsi, les politiciens qui obtiennent le plus de succès sont souvent ceux qui savent se servir adéquatement des pseudo-événements (Boorstin, 1963).

L'organisation de pseudo-événements demeure aussi pour les relationnistes l'occasion de créer des liens de personne à personne avec les journalistes. Comme ces deux acteurs sont présents lors de l'événement, il est facile pour un spécialiste des relations publiques d'approcher les représentants des médias et de discuter directement avec eux. Ainsi, il aura l'opportunité de plaider en faveur du politicien pour lequel il travaille auprès des journalistes et de répondre à d'éventuels questionnements et objections de leur part. Ce genre d'interventions des relationnistes donne l'impression aux journalistes de pratiquer davantage un journalisme de témoignage et donc d'être moins manipulés par les spécialistes des relations publiques (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991). Même s'ils sont souvent conscients de ces tentatives de manipulation, les journalistes peuvent difficilement s'en

éloigner. En effet, les relationnistes constituent pour eux une source d'information non négligeable. S'ils se distancient trop de leurs sources, ils courent le risque de se voir refuser l'accès à certaines informations par les spécialistes des relations publiques. Les journalistes doivent donc rester en bons termes avec eux, ce qui implique parfois de ne pas produire de mauvaise couverture sur leurs clients (Charron, Lemieux et Sauvageau, 1991; Franklin, 1992).

2.3 L'influence de la forme du débat des chefs

2.3.1 La personnification des partis politiques

Ce sont les leaders des principales formations politiques du Québec qui sont invités au débat des chefs afin de représenter leur parti. Ainsi, la façon dont est construit l'affrontement télévisé met l'accent sur les chefs de partis, mais aucun autre membre de leur formation politique. Le parti et son programme ne se résument alors qu'à son chef et, surtout, à sa personne (Dayan et Katz, 1992). Ce sont les dirigeants d'un parti que l'on tente de vendre à l'électeur par le débat des chefs et non pas le parti lui-même, quitte à adapter le parti à la personne du chef et, surtout, à ses qualités médiatiques (Seltz et Yoakam, 1968). De la même façon, le public et les journalistes tenteront de déterminer en visionnant l'affrontement télévisé qui semble posséder les qualités et la personnalité d'un chef de gouvernement plutôt que de décider qui semble promouvoir les meilleures politiques (Siepmann, 1968). Le côté humain des candidats primera sur leurs idées. Ont-ils eu l'air nerveux, fatigués, etc. (Katz et Feldman, 1968)? Voilà les questions qui seront abordées dans les médias suite au débat des chefs.

Les arguments utilisés lors de l'exercice télévisé participent à ce phénomène. Chaque chef tente de s'associer à de bonnes actions et d'attribuer à ses adversaires de mauvaises décisions (Gosselin et Gauthier, 1995; Trent et Friedenberg, 1983). C'est ce que Gosselin et Gauthier ont appelé «l'attribution causale» (1995, p. 152). De ce fait, chaque mesure promulguée par un parti politique sera attribuée au chef et au type de personnalité qu'il possède. Par exemple, on expliquera l'invasion américaine de 2003 en Irak par le caractère belliqueux de l'ancien président des États-Unis, George W. Bush, et moins par une mesure mise de l'avant par le Parti républicain. La couverture médiatique du débat des chefs reflètera cette manière de voir la chose politique. Les journalistes mettront donc l'emphasis sur les participants et leur personnalité dans leurs productions médiatiques. Ils y traiteront

des différentes qualités et défauts des candidats qui ont été révélés pendant l'exercice télévisé (Stanton, 1968).

De plus, les chefs de partis attaquent souvent leurs adversaires sur leur personnalité pendant le débat. C'est notamment pourquoi les citoyens canadiens et québécois ont reproché à maintes reprises au débat des chefs de n'être qu'une lutte injurieuse sans réelle profondeur (*voir art. 1.1.2 et 1.1.3*). Les journalistes n'auront alors d'autre choix que de s'attarder sur le caractère des représentants de partis puisqu'il en a été discuté pendant le débat des chefs.

La forme «questions-réponses» du débat des chefs favorise elle aussi une personnification des partis politiques pouvant se répercuter sur le traitement médiatique accordé à l'émission. Le fait que ce soit des journalistes ou l'animateur qui interrogent les participants et non pas les candidats eux-mêmes qui s'interpellent met l'emphasis sur chaque chef de parti et ses aptitudes à répondre aux questions plutôt que sur la qualité de l'échange (Stanton, 1968). Comme l'explique Denis Monière, il s'agit davantage de «conférences de presse conjointes» que de réels débats (1992, p. 29). Cette façon de procéder mène à des discussions moins incisives que si les chefs s'attaquaient directement. Les journalistes ont ainsi moins de contenu à analyser, ce qui pourrait expliquer qu'ils s'attardent davantage aux personnalités des dirigeants de partis. De plus, le décor et l'éclairage du plateau de tournage visent aussi, par leur sobriété, à garder l'attention des téléspectateurs sur les participants au débat (Seltz et Yoakam, 1968).

La courte période de temps pendant laquelle dure un débat des chefs, soit environ deux heures, augmente également le phénomène de personnification des partis politiques. En effet, il est difficile en si peu de temps de traiter en profondeur de tous les enjeux importants de la campagne électorale. L'attention des téléspectateurs et des journalistes se tournera donc vers la personnalité des chefs puisque le contenu lui-même de leur discours demeure peu substantiel. Malheureusement, il est impensable de rallonger les débats des chefs afin de pallier cette situation. Il apparaît ardu de soutenir l'intérêt du public pour un débat au-delà des deux heures actuellement allouées (Siepmann, 1968).

De surcroît, le caractère compétitif de cet événement télévisé accentue le phénomène de personnification des formations politiques. Le débat des chefs mise sur le conflit entre les différents participants pour susciter l'intérêt des téléspectateurs (Franklin, 1992). Selon Dayan et Katz, les débats posent cette dramatique question: «Qui gagnera?» (1992, p. 36). La question n'est pas: «Quel parti a

les meilleures idées?». Dès lors, la personnalité des participants au débat des chefs est mise en relief au détriment du contenu de leurs propos (Franklin, 1992). Pour soutenir l'attention du public, il faut que ce dernier puisse s'identifier à ce qu'il voit à la télévision. C'est pourquoi, dans le but d'accroître leurs cotes d'écoute, les diffuseurs ont fait des candidats à la direction du gouvernement provincial des célébrités. Si le débat des chefs met en scène des individus connus et renommés, les citoyens désireront apprendre à les connaître et leur intérêt envers le débat des chefs augmentera (Gabler, 1998; Boorstin, 1963). Les diffuseurs capitalisent sur le charisme personnel des candidats pour attiser la curiosité de l'auditoire (Dayan et Katz, 1992). Chaque chef se verra attribuer un rôle particulier, un peu à la manière d'un film ou d'une pièce de théâtre (*voir* art. 2.1.2). Il s'agit là d'un autre facteur contribuant au fait que les journalistes s'intéresseront davantage aux chefs de partis en tant que personne plutôt qu'à leur formation politique lors de leur couverture de l'événement télévisé.

2.3.2 L'effet de la longueur des interventions

Au Québec, un débat des chefs dure environ deux heures. C'est donc dire que le temps alloué à chaque thème, généralement au nombre de quatre ou cinq, est relativement restreint. Ainsi, les interventions de chaque chef sur chacun des sujets ne pourront se prolonger que pendant quelques minutes. Plusieurs sujets seront tout simplement évités, leur démonstration nécessitant plus de temps que ce qui était alloué (Boorstin, 1963). D'autres manqueront clairement de nuances, faute de temps (Rouquette, 2002). Comme ils n'ont que quelques minutes pour faire passer leur message et que ce dernier doit être percutant, les participants au débat des chefs devront faire des affirmations spectaculaires qui nécessitent peu d'argumentation et de réflexion afin de faire immédiatement bonne impression sur le téléspectateur. (Seltz et Yoakam, 1968; Cater, 1968). La complexité, la logique et même parfois la syntaxe apparaissent de ce fait laissées de côté (Postman, 1985). La couverture journalistique de l'événement télévisé reflétera cette absence de profondeur dans les discours des chefs. Dans ces conditions, il demeure difficile d'en apprendre davantage sur les différents candidats à la direction du gouvernement québécois (Cater, 1968). Ce qu'on tentera de déterminer, ce n'est pas qui a présenté les meilleurs arguments, mais plutôt qui semblait le plus apte à répondre adéquatement à une question en peu de temps (Seltz et Yoakam, 1968). Est-ce vraiment ce que l'on recherche chez un premier ministre (Siepmann, 1968)? Daniel J. Boorstin répond ainsi à cette question:

De toute évidence, l'habileté d'un homme à répondre en deux minutes et demi, sans notes et sous l'éclat des lumières violentes, à une questions gardée secrète jusque-là, cette

habileté n'a pas grand-chose à voir – sinon rien du tout – avec sa capacité de prendre, sur d'importants problèmes à longue échéance, les décisions, mûries après consultation de ses conseillers, qui incombent à un président. (1963, p. 60-61)

De plus, avec seulement quelques minutes pour discourir, les candidats en diront le plus possible sans laisser de temps de réflexion au téléspectateur (Cater, 1968). L'emphase sera mise sur la vitesse au détriment de la qualité des arguments (Seldes, 1968). Les chefs de partis pourront même avancer des assertions erronées sans que personne ne s'en rende compte étant donné la vitesse avec laquelle elles ont été dites et le peu de temps alloué pour les vérifier. L'impression qui sera dégagée du débat des chefs sera alors fondée sur une réaction aux propos qui y ont été tenus plutôt que sur une réflexion quant à ces propos (Cater, 1968). Les chefs de partis eux-mêmes ne pourront que réagir aux paroles de leurs adversaires sans avoir pris le temps d'y réfléchir (Boorstin, 1963). De cette façon, l'analyse que feront les journalistes du débat des chefs pourra être faussée. Comme elle se base sur une réaction, il est possible qu'ils croient qu'il y avait accord entre les participants là où il n'y en avait pas ou que la portée de certains conflits en réalité minimes soit exagérée (Auer, 1968).

Certains chercheurs ont déclaré que trop de thèmes étaient traités pendant le débat des chefs, ne permettant pas d'aller en profondeur dans chacun d'eux. Toutefois, il demeure difficile de réduire le nombre de sujets, car on courrait alors le risque de laisser de côté des enjeux primordiaux. Ceci a pour conséquence que les chefs de partis, durant l'affrontement télévisé, sont davantage préoccupés par le fait de marquer des points plutôt que celui d'éclairer certains aspects du programme de leur formation politique (Siepmann, 1968; Postman, 1985). La cohérence entre leurs propositions et le contexte de celles-ci sera partiellement éclipsée (Auer, 1968; Postman, 1985).

Cette situation laisse aussi croire que des questions d'intérêt public peuvent être traitées en quelques minutes, qu'il faut se méfier d'un langage trop complexe et que toute argumentation doit être évitée, car elle laisse place à l'incertitude (Auer, 1968; Postman, 1985). Il apparaît alors difficile pour les journalistes d'analyser les idées des politiciens présents au débat des chefs si ceux-ci en ont parlé de façon superficielle. Ils aborderont plutôt le sujet du «style» des participants, c'est-à-dire leur apparence physique, leur regard, leur sourire et leur façon de discourir. C'est à partir de ces critères que l'on décidera qui a remporté le débat, c'est-à-dire qui, par son allure, son assurance et sa facilité à parler en public, a su éclipser les autres concurrents (Postman, 1985).

Le court laps de temps alloué aux politiciens pour développer leurs idées contribue à la personnification des partis politiques évoquée précédemment (*voir* art. 2.3.1). En effet, comme ils n'ont pas l'occasion d'établir une analyse étendue des conséquences que pourraient avoir les mesures mises de l'avant par un parti concurrent, les chefs préfèrent tirer à boulets rouges sur le représentant d'une formation politique pour lui attribuer de mauvaises décisions.

Il est plus simple d'attaquer un adversaire en le rendant responsable d'un état de fait existant et évident pour tous (chômage, récession, etc.), que d'établir par un raisonnement rigoureux que l'une ou l'autre de ses politiques aura, dans le futur, de tout autres effets (*sic*) que les effets anticipés. (Gosselin et Gauthier, 1995, p. 172)

Les journalistes qui rendent compte du débat des chefs devront reprendre cette manière d'argumenter, car il s'agit de celle qui a été utilisée pendant l'exercice télévisé.

2.3.3 Les conséquences de la diffusion en direct du débat des chefs

Le débat des chefs québécois est diffusé en direct sur les ondes de différents réseaux de télévision. L'utilisation du direct augmente de ce fait la possibilité de dérapage de la part des participants. En effet, tout ce qu'ils diront sera entendu simultanément par les téléspectateurs. Réagissant sur le champ aux propos de leurs interlocuteurs, il se peut qu'ils fassent des déclarations qu'ils regretteront par la suite. Ce sont ces paroles qui se trouveront en manchette des journaux et nouvelles télévisées le lendemain. Plus une discussion fait scandale, plus elle risque de faire la une des médias, car sa couverture attirera un plus large public. Le danger que représente le direct pour les chefs de partis suscite des attentes chez les journalistes et les téléspectateurs. Tous regardent leur téléviseur en guettant le moment où l'un des candidats se mettra les pieds dans les plats ou celui où un événement imprévu surviendra (Leconte, 2005). Étant donné que l'emphase est mise sur les risques du direct avant que le débat ait lieu, son traitement journalistique s'attardera aussi à ces questions après sa tenue. À preuve, lorsque la modératrice Claire Lamarche s'est évanouie lors du débat des chefs de l'élection fédérale de 1997, une grande partie de la couverture médiatique allouée par la suite à l'émission traitait de cet incident plutôt que de ce que les chefs ont dit pendant l'événement télévisé.

La transmission en direct du débat des chefs a aussi pour conséquence d'exiger des politiciens d'avoir un impact immédiat sur le public par leur discours. De cette façon, ils seront

d'avantage préoccupés par le côté spectaculaire de leurs assertions et moins par leur pertinence et, jusqu'à un certain point, leur véracité (Weatherill, 1992; Kennedy et Culey, 1992). Toute la préparation qu'ils effectuent avant l'événement télévisé est réalisée en fonction de cette exigence du direct (Dayan et Katz, 1992). Incidemment, les journalistes qui couvriront le débat des chefs rapporteront parfois des propos erronés ou sans profondeur. Leurs analyses porteront davantage sur le caractère percutant des arguments avancés (Kennedy et Culey, 1992). De plus, le direct ajoute un stress supplémentaire sur les participants à l'affrontement télévisé. Il est donc possible qu'ils apparaissent plus nerveux qu'à l'habitude (Weatherill, 1992; Kennedy et Culey, 1992). Cet aspect plus «humain» de l'émission et de la performance des chefs sera repris dans les médias. Ainsi, les journalistes s'attarderont dans leurs productions médiatiques à la capacité des dirigeants des formations politiques québécoises à travailler sous pression plutôt que d'analyser leurs idées.

Le fait de diffuser le débat des chefs en direct crée une pression additionnelle pour que l'événement soit une réussite. Cette réussite dépend des organisateurs du débat, de ses protagonistes ainsi que de l'opinion du public. Comme il se déroule en direct, le succès de l'affrontement télévisé sera déterminé par les journalistes au moment même où il a lieu afin de conserver la simultanéité de l'événement (Dayan et Katz, 1992). Cette situation peut expliquer le manque de profondeur que l'on reproche souvent à la couverture médiatique du débat des chefs. En effet, puisque les spécialistes de l'information n'ont pas de temps pour réfléchir à l'analyse qu'ils font de l'émission, celle-ci ne traitera de l'exercice télévisé que de façon superficielle.

Plusieurs éléments attribuables à l'utilisation du direct viennent influencer le déroulement du débat télévisé et les interventions des individus qui y discourent. Ces derniers ressentent certainement la pression des millions de gens qui écoutent leurs propos au moment même où ils les formulent, ce qui les incite à modifier leur comportement afin d'éviter les critiques. La présence des caméras, des micros, du régisseur, etc. se chargent de leur rappeler qu'ils sont à la télévision. De plus, le débat des chefs a lieu devant public. Les réactions de la foule présente sur le plateau permettent aux politiciens d'ajuster leurs dires immédiatement en réponse aux échos du public (Rouquette, 2002). Ainsi, leurs idées apparaîtront fluctuantes au cours de l'émission, augmentant le risque de confusion. Il se peut que la couverture médiatique de l'exercice discursif se fasse le miroir de cette confusion. L'analyse journalistique de l'émission pourra elle-même être confuse ou manquer d'explications.

2.3.4 L'organisation du débat des chefs: la négociation entre les diffuseurs et les partis politiques

La forme du débat des chefs est le résultat d'une négociation entre les différents acteurs impliqués dans cet affrontement télévisé. Ainsi, ce dernier est l'aboutissement de tractations plus ou moins longues entre le consortium des télédiffuseurs et les partis politiques (ce qui inclut les organisateurs de la campagne électorale, les chefs de partis ainsi que leurs relationnistes). Cette négociation fait elle-même l'objet d'une couverture médiatique, un peu à la manière de la revue de tournage (*making of*) d'un film ou d'un spectacle. L'intervention des télédiffuseurs et des partis politiques dans le processus décisionnel et organisationnel du débat des chefs influera sur son déroulement, sur ses règles et, incidemment, sur la façon dont il sera perçu par les journalistes. En effet, ce sont les règlements qui détermineront quels comportements semblent acceptables dans le cadre d'un débat et lesquels ne le sont pas (Dayan et Katz, 1992). Conséquemment, les journalistes se baseront eux aussi sur ces critères afin de choisir le gagnant de l'affrontement télévisé.

Les diffuseurs, comme les formations politiques, tenteront de retirer un maximum d'avantages de la formule du débat des chefs (Lasswell, 1968; Trent et Friedenberg, 1983). Les chefs de partis préfèrent habituellement répondre aux questions du modérateur ou des journalistes pendant le débat plutôt que de participer à un affrontement où leurs adversaires pourraient les interroger directement. De cette façon, il leur est plus facile de contrôler le message qu'ils transmettent aux électeurs via l'émission (Stanton, 1968; Seldes, 1968). C'est particulièrement le cas du Premier ministre sortant, qui possède déjà une certaine crédibilité et qui préfère ne pas donner à ses adversaires l'opportunité de l'attaquer directement (Trent et Friedenberg, 1983). Tel qu'il a été mentionné précédemment, ceci a pour conséquence que l'information qui parvient aux journalistes par le débat des chefs relève davantage de la conférence de presse que d'une confrontation des idées (*voir art. 2.3.1*). Le côté spontané de l'exercice discursif apparaît partiellement évacué (Stanton, 1968).

La négociation entre les diffuseurs et les partis politiques a lieu à chaque campagne électorale. Ainsi, les règles du débat des chefs peuvent ne pas être les mêmes d'une édition à l'autre. Il est possible que la formule particulière de l'affrontement télévisé avantage un participant au détriment des autres. Par exemple, certains orateurs se sentent plus à l'aise lorsqu'ils discourent devant un public. Leur performance en sera alors améliorée. Le traitement journalistique du débat des chefs sera nécessairement influencé par sa formule. Il sera généralement plus favorable au candidat qui a bien

paru durant l'émission. Pour éviter ce genre de biais, il faudrait que les règles du débat des chefs demeurent les mêmes d'une campagne électorale à l'autre (Seldes, 1968).

Le choix même du chef de parti au sein des différentes formations politiques québécoises sera peut-être influencé par la capacité à débattre publiquement des différents candidats. Par conséquent, les membres d'un parti n'éliraient pas leur chef pour ses aptitudes à gouverner, mais plutôt pour sa prédisposition à bien paraître à la télévision dans ce genre d'émission (Seldes, 1968; Trent et Friedenbergl, 1983). Les journalistes se retrouveront à analyser la performance des chefs lors du débat en fonction de leur facilité à promouvoir une image positive d'eux-mêmes en situation de stress. Leur capacité à diriger le gouvernement du Québec sera écarté de la couverture médiatique, n'étant pas prise en compte par les membres des partis politiques eux-mêmes.

De leur côté, les diffuseurs cherchent à rendre le débat des chefs le plus attrayant possible en vue d'attirer un maximum de téléspectateurs. De cette façon, ils tentent de mettre de l'avant des thèmes divertissants avant de promulguer la discussion sur des sujets d'intérêt public. Toutefois, les partis politiques s'assurent de leur côté que les volets abordés sont représentatifs des préoccupations des Québécois (Tutt, 1992). Il peut donc résulter de la négociation entre diffuseurs et partis politiques que certains des thèmes débattus lors de l'émission soient choisis davantage en fonction de leur aspect divertissant que pour leur pertinence. En effet, les formations politiques doivent faire certains compromis sous peine de se voir refuser la diffusion du débat par le consortium des télédiffuseurs. La couverture médiatique du débat des chefs se trouvera affectée par cette situation, devant elle-même faire état d'enjeux possiblement moins importants aux yeux des électeurs. Parler de certains sujets particuliers pourra aussi donner l'avantage à un candidat plutôt qu'un autre (Dayan et Katz, 1992). Par exemple, le chef du gouvernement sortant a pu être critiqué pour ses mesures dans le domaine de la santé. Ainsi, si le temps alloué à ce thème représente une partie importante du débat, il est clair que l'ancien premier ministre ressort perdant de l'exercice, tant pour les journalistes que dans l'opinion publique.

Selon Sébastien Rouquette, la participation de citoyens à un débat favorise l'obtention de meilleures cotes d'écoute (2002). De cette façon, les électeurs invités à poser des questions aux participants lors de certains débats des chefs ont été admis à l'émission non pas par souci de représentativité des préoccupations citoyennes, mais plutôt dans le but de favoriser la popularité de l'émission. Ainsi, les questions choisies et, de ce fait, les enjeux débattus, demeurent encore une fois

plus divertissants que pertinents (Rouquette, 2002). Le traitement médiatique du débat n'aura d'autre choix que d'analyser lui aussi des thèmes moins importants pour l'électorat québécois, car il s'agit de ceux dont il a été discuté pendant l'affrontement télévisé.

Les télédiffuseurs désirent ainsi donner un sens particulier au débat des chefs afin d'encourager le visionnement. Afin de se donner la légitimité de participer activement à la politique québécoise, les diffuseurs cherchent à créer une atmosphère révérencieuse et cérémonielle autour de l'événement télévisé. Ils ne font donc pas que transmettre l'émission; ils participent à la création de sa signification. Afin que les chefs de partis s'inscrivent adéquatement dans le cadre d'interprétation qu'ils tentent d'inculquer au débat des chefs, les réseaux de télévision essaieront de leur faire suivre un rôle particulier. Cette tentative d'influence pourra venir modifier le comportement et même les propos des participants à l'affrontement télévisé (Dayan et Katz, 1992). La couverture journalistique des discours tenus lors de l'émission se trouvera affectée par cette intrusion des diffuseurs dans le déroulement du débat.

Le choix des chefs de partis invités au débat influera lui aussi sur la couverture médiatique que recevront les partis politiques. En effet, les télédiffuseurs préfèrent habituellement un affrontement télévisé avec un nombre restreint de politiciens afin de rendre l'exercice moins long et fastidieux pour le public. De leur côté, les dirigeants de partis cherchent à réduire la quantité d'adversaires auxquels ils auront à faire face, plus particulièrement celui du parti au pouvoir qui voudra éviter une coalition des autres contre lui. Ainsi, les partis politiques plus marginaux seront écartés de l'exercice discursif. Ce fut le cas de l'Action démocratique du Québec lors du débat de l'élection provinciale de 1994 et du Parti vert et de Québec solidaire lors de celui de l'élection provinciale de 2007. Ces partis, quoique recevant un pourcentage de vote non négligeable de la part des électeurs, seront quelque peu délaissés des analyses journalistiques produites suite au débat des chefs. En effet, la couverture médiatique sera concentrée sur l'émission, à laquelle ces partis n'ont pas participé (Trent et Friedenberg, 1983).

En conclusion, il est maintenant clair que plusieurs facteurs viennent influencer la couverture journalistique du débat des chefs. Tout d'abord, certaines logiques inhérentes au monde journalistique et médiatique jouent sur le contenu des analyses journalistiques effectuées sur l'événement télévisé. Il s'agit de la prédominance de l'image induite par l'invention de la télévision, des exigences de production des journalistes et de la concurrence entre les différents réseaux médiatiques. De plus, l'utilisation de spécialistes des relations publiques par les chefs de partis aura

elle aussi une incidence sur le traitement médiatique alloué à l'émission. En effet, on peut constater un mouvement de va-et-vient des professionnels entre les sphères politiques et journalistiques, augmentant l'interrelation et l'influence mutuelle entre ces deux milieux. Le recours à des conseillers de l'image par les politiciens amène les journalistes à traiter davantage de l'image et de tactiques de relations publiques dans leurs analyses du débat. Les relationnistes cherchent à entrer en contact direct avec les journalistes par divers moyens afin d'affecter la façon dont ils parleront de leur client.

Finalement, la forme du débat des chefs a des conséquences sur la manière dont les journalistes le traiteront dans leurs productions médiatiques. La personnification des partis politiques, la longueur des interventions des chefs de partis lors du débat, la diffusion en direct de l'émission et la négociation entre les diffuseurs et les formations politiques au sujet des règles du débat demeurent tous des phénomènes qui ont un impact sur la couverture médiatique de l'émission. Toutefois, il ne s'agit là que de considérations générales. Comment ces logiques s'inscrivent-elles dans le cadre particulier du Québec? C'est sur cette épineuse question que le prochain chapitre s'attarde.

CHAPITRE III

L'EXEMPLE DU DÉBAT DES CHEFS DE L'ÉLECTION PROVINCIALE DE 2007

Les considérations traitées dans le chapitre précédent demeurent d'ordre général. Il importe désormais d'ancrer ces assertions dans le contexte particulier du Québec. Peu de littérature faisant état de la couverture médiatique du débat des chefs aborde le cas précis de la province. Dans cette situation, la réalisation d'une étude de cas sur le traitement journalistique du débat des chefs québécois s'avère une façon adéquate de lier les propositions établies antérieurement au contexte du Québec. Les productions médiatiques analysées seront celles traitant du débat des chefs ayant eu lieu au Québec le 13 mars 2007. Les 298 articles étudiés sont tirés des journaux quotidiens *La Presse* (161 articles), *Le Devoir* (88 articles) et *The Gazette* (49 articles), publiés entre le 1^{er} et le 31 mars 2007. Ces articles devront être analysés afin de déterminer comment les journalistes québécois traitent du débat. S'agit-il de déclarer un gagnant, à la manière d'un affrontement sportif, ou plutôt de comparer les programmes des différentes formations politiques? Il faudra également vérifier si la façon dont est effectuée la couverture journalistique du débat est causée par les facteurs abordés dans les pages précédentes, à savoir les logiques du monde journalistique et médiatique, l'influence des relationnistes sur les journalistes et la forme du débat des chefs. L'examen du bulletin de nouvelles télévisé diffusé tout de suite après l'affrontement discursif du 13 mars 2007 sera aussi effectué afin d'évaluer la manière dont les journalistes œuvrant à la télévision traitent du débat. Le bulletin de nouvelles à l'étude sera *Le Téléjournal*, transmis sur les ondes de Radio-Canada, de 22 heures à 23 heures.

3.1 La couverture médiatique du débat avant sa tenue

3.1.1 Organisation du débat

L'un des éléments rapportés le plus souvent dans les articles consacrés au débat des chefs du 13 mars 2007 concerne les détails entourant la forme et l'organisation du débat. Les négociations entre le consortium des télédiffuseurs et les différents partis politiques afin de déterminer tous les aspects du débat font toujours l'objet d'une importante couverture médiatique. En effet, les journalistes

en parlent abondamment, à la manière de la revue de tournage (*making of*) d'un film (voir art. 2.3.4). Ainsi, 38 articles publiés avant la tenue du débat de 2007 ont été consacrés à sa préparation (voir tabl. 3.1). En d'autres mots, 46,91% des textes diffusés avant le 13 mars 2007 ont fait mention des préparatifs de l'émission télévisée. Près de la moitié des articles consacrés au débat des chefs avant sa tenue ne traitent donc pas des idées qui y seront avancées, mais plutôt du choix de l'animateur et du lieu de l'affrontement discursif, des partis qui y seront représentés, du nombre de minutes allouées à chaque chef pour intervenir, etc. Conséquemment, les journalistes couvrent abondamment l'organisation du débat en temps qu'événement médiatique au détriment des enjeux qui pourront y être abordés.

3.1.2 Sondages

Les sondages d'opinion occupent une place importante dans la couverture médiatique de toute campagne électorale, surtout depuis les années 1970 (Trent et Friedenberg, 1983). Selon une étude réalisée par des chercheurs de l'Université McGill, cela a particulièrement été le cas lors de l'élection provinciale de 2007. Ils ont analysé les articles de journaux consacrés à cette campagne électorale publiés dans *Le Devoir*, *The Gazette*, *La Presse* et *Le Soleil* entre le 22 février 2007, date du déclenchement de la campagne, et le 26 mars 2007, date du scrutin. Les conclusions de leur étude montrent que les médias québécois ont privilégié la couverture des sondages d'opinion au détriment de thèmes primordiaux tels que l'unité nationale, l'immigration, l'éducation et l'environnement. Plus encore, il semble que les journalistes traitaient des sondages comme ils auraient parlé de courses de chevaux. Ainsi, ils décrivaient dans leurs productions médiatiques quel chef de parti gagnait du terrain et lequel en perdait (Farnsworth *et al.*, 2007).

Tableau 3.1

Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans les journaux à l'étude

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Forme et organisation du débat	38	46,91
Sondages	27	33,33
Préparation des chefs	8	9,88
Prédictions et/ou conseils aux chefs	20	24,69
Commentaires d'analystes externes	11	13,58
Moyenne	20,8	
Nombre d'articles publiés avant le débat	81	100

La couverture médiatique traitant de cette «course de chevaux» entre les dirigeants des différentes formations politiques québécoises s'est même accentuée aux alentours du 13 mars 2007, soit au moment où s'est tenu le débat des chefs. En effet, plus de 80% des articles publiés autour de cette date faisaient état des sondages plutôt que des programmes électoraux des partis. Les résultats récoltés par l'équipe de chercheurs de l'Université McGill montrent que le traitement journalistique de la campagne électorale de 2007 s'avérait influencé par les sondages d'opinion. Ainsi, plus la place de l'ADQ augmentait dans les sondages, plus la couverture médiatique au sujet du parti devenait importante. Dans les médias, on faisait davantage état non seulement de l'avancée de l'ADQ dans les sondages, mais on y traitait aussi plus de son programme et de son chef. De surcroît, il apparaît que plus un candidat gagne du terrain d'un sondage à l'autre, moins les spécialistes de l'information émettent des critiques à son endroit. Il semble que les journalistes tentent de cette façon d'écrire des nouvelles qui justifient les gains et les pertes des politiciens dans les sondages (Farnsworth *et al.*, 2007).

Nos résultats corroborent ces hypothèses. En effet, les articles de journaux analysés montrent qu'une plus grande couverture médiatique a été accordée à Mario Dumont, chef de l'Action démocratique du Québec, entre le 1^{er} et le 31 mars 2007. Il est le leader de parti dont les journalistes ont le plus parlé dans leurs productions médiatiques pour cette période (*voir* tabl. 3.2). La revue de presse ici étudiée comporte 27 textes traitant de sondages publiés avant le débat des chefs (*voir* tabl. 3.1). De ces articles, près de la moitié présente une couverture moins critique envers Mario Dumont que les autres chefs de partis. Toutes les autres productions médiatiques ne traitent pas positivement d'un politicien en particulier.

Tableau 3.2

Références aux chefs de partis dans les articles publiés avant et après le débat de 2007

Chef	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Jean Charest	63	21,14
André Boisclair	37	12,42
Mario Dumont	76	25,5
Françoise David	4	1,34
Amir Khadir	3	1,01
Scott Mackay	2	0,67
Moyenne	30,83	
Nombre d'articles publiés	298	100

En général, les sondages dont les journalistes font état dans les textes publiés avant le débat des chefs traitent des intentions de vote des électeurs. Ils semblent effectivement les aborder à la manière d'une course de chevaux, traçant plusieurs fois par semaine l'évolution qu'a suivie chacun des candidats dans les sondages. Les termes mêmes utilisés pour décrire les résultats des coups de sonde ressemblent aux commentaires que l'on pourrait livrer en assistant à une course de chevaux. Par exemple, on dira dans *Le Devoir* que «l'écart entre le PQ et l'ADQ se rétrécit», ou que «l'ADQ talonne le parti au pouvoir [...], mais devance la formation indépendantiste» (Deglise, 2007, p. A1). On peut également lire dans *La Presse* que «Le Parti québécois reste deuxième mais perd des plumes dans cette course à trois, «la plus serrée de mémoire de sondeur» » (Lessard, 2007a, p. A2).

Outre les traditionnelles questions sur le parti pour lequel ils comptent voter, les sondeurs interrogent les électeurs sur plusieurs autres sujets, notamment à propos de leur évaluation de la campagne électorale et de la personnalité des chefs. Les résultats apparaissent presque invariablement repris dans les médias à titre d'argumentaire pour les analyses journalistiques de la scène politique. Ainsi, Fabien Deglise s'appuie sur un sondage Léger Marketing affirmant que Mario Dumont arrive deuxième dans la catégorie «chef qui a fait la meilleure campagne» pour déclarer que la popularité de l'ADQ augmente grâce à... un «très bon début de campagne» (Deglise, 2007, p. A1). Dans *La Presse*, on déclare qu'André Boisclair devra, lors du débat, «couper court à la perception qu'il n'est pas le meilleur des trois chefs pour diriger le Québec» sous prétexte que des sondages suggèrent qu'il est le moins «premier ministrable» des candidats (Lessard *et al.*, 2007, p. A2).

Les journalistes se basent donc sur l'avis de la population pour élaborer leurs prédictions de «spécialistes» quant au débat des chefs (Blondiaux, 2003). Les personnes sondées ne font bien souvent qu'y indiquer pour qui elles vont voter. Il est rare que l'on demande aux gens interrogés de se prononcer sur les idées ou les programmes qui seront avancés par les représentants des différentes formations politiques lors de l'affrontement télévisé. En allouant une grande partie de leur espace rédactionnel aux sondages, les journalistes tendent conséquemment à occulter ces enjeux.

3.1.3 Préparation des chefs de partis au débat

La préparation des chefs à l'événement télévisé est l'un des objets de la couverture médiatique du débat avant qu'il n'ait lieu. Bien qu'il ne s'agisse pas là de l'un des aspects les plus traités à propos de l'émission, on en fait tout de même mention dans près de 10% des textes publiés avant le 13 mars 2007 (*voir* tabl. 3.1). Cela représente donc un élément non-négligeable du traitement journalistique de l'événement télévisuel. Ainsi, les analystes font état des exercices réalisés par les différents candidats en préparation au débat, des tactiques qu'ils comptent utiliser, des experts à qui ils ont demandé conseil pour peaufiner leur stratégie, etc. Encore une fois, en traitant de ces aspects de l'émission, les journalistes mettent l'emphasis sur la construction de l'émission en tant qu'événement médiatique au détriment des idées qui y seront avancées. De cette façon, ils insistent sur l'entraînement que nécessite une bonne performance à l'affrontement discursif comme le feraient des analystes sportifs écrivant sur une joute de hockey. Par exemple, on rapporte dans *La Presse*, à propos de Mario Dumont, que «Plus de 48 heures auront été consacrées à la révision des idées fortes du programme, à la préparation d'attaques et de critiques envers ses adversaires, mais surtout, de réponses assassines aux questions pièges [...]» (Beauchemin, 2007, p. A4).

Les politiciens encouragent eux aussi une couverture médiatique du débat des chefs axée sur leur performance et leur personnalité. Avant l'émission, ils établissent avec précision le rôle qu'ils tenteront d'assumer pendant l'exercice discursif. Aidés de conseillers de l'image, ils mettent eux-mêmes l'emphasis sur l'image qu'ils projettent au détriment de leurs idées (*voir* art. 2.2.3). De fait, les spécialistes de l'information vont s'attarder dans leurs écrits sur la capacité des chefs à endosser adéquatement ce rôle et vont parfois laisser de côté la couverture des idées qui seront promulguées par les chefs de partis pendant le débat. Par la suite, celui que l'on désignera comme le gagnant du débat sera celui qui a le plus impressionné les médias par sa performance et non par ses idées. Cela explique

pourquoi de nombreux textes ont fait référence au fait que Jean Charest a tenté de jouer le rôle du premier ministre affrontant tous les autres candidats à la fois pendant l'émission du 13 mars 2007.

3.1.4 Prédications et conseils faits aux chefs de partis par les journalistes

Plusieurs journalistes se risquent à énoncer des prédictions ou à prodiguer des conseils aux leaders des formations politiques avant que le débat n'ait lieu. De fait, 24,69% de la couverture médiatique publiée avant le 13 mars 2007 sur l'émission, soit le quart des articles, édicte ce que les chefs devraient faire ou feront durant l'affrontement (*voir* tabl. 3.1). De plus, la grande majorité des journalistes ayant fait des prévisions à propos du débat des chefs avant sa tenue se basent sur les critères qu'ils ont eux-mêmes fixés afin d'évaluer la performance des politiciens lors de l'émission. Ainsi, Don Macpherson disait dans *The Gazette* la journée du débat que l'affrontement était la dernière chance pour André Boisclair de faire ses preuves (Macpherson, 2007a). Il a ensuite précisé dans son analyse du débat que Mario Dumont avait davantage l'air du chef de l'opposition que le chef du Parti québécois et que le PQ n'avait pas obtenu la remontée dont il avait besoin de la performance d'André Boisclair (Macpherson, 2007b, 2007c). En d'autres mots, il semble penser que le leader péquiste n'a pas fait ses preuves et qu'il a gâché sa dernière chance.

Au Devoir, Marie Grégoire, ancienne députée de l'ADQ, prévoyait un débat axé sur le contenu et les idées (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007b). Dans un texte publié après l'émission, elle déclarait qu'elle avait assisté à un bon exercice discursif basé sur le respect... et le contenu. Elle avouait elle-même que chaque analyste évaluait le débat avec un biais selon les attentes qu'il avait de l'émission (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007c). Quant à lui, John Parisella, ancien directeur général du Parti libéral du Québec, disait d'emblée dans son évaluation de l'événement télévisé qu'il fallait juger la performance des candidats sur leur capacité à répondre aux attentes (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007c). Il soutenait avant l'émission que le premier ministre devait y montrer sa maturité, sa maîtrise des dossiers et de l'assurance (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007b). Conséquemment, il jugeait par la suite que Jean Charest avait bien fait lors du débat, car il s'est présenté comme une personne à l'aise dans son rôle de premier ministre, plein d'assurance et qui connaît ses dossiers en profondeur (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007c).

Ainsi, on constate que les journaux font parfois appel à des analystes clairement identifiés à des partis politiques et à des relationnistes pour effectuer des prévisions avant le débat. Ces personnes sont ensuite appelées après l'émission à évaluer la performance des chefs en fonction des critères qu'ils ont eux-mêmes fixés. C'est le cas de Jean-François Lisée, conseiller des leaders péquistes et anciens premiers ministres du Québec, Jacques Parizeau et Lucien Bouchard. Il s'est en effet livré à ce genre d'exercice dans le quotidien *Le Devoir* pour le débat de 2007 (Centre d'études et de recherches internationales de l'Université de Montréal, 2009; Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007a, 2007b, 2007c). Ainsi, il est facile pour un relationniste de créer avant l'émission des attentes envers son candidat ou ses adversaires (*voir* art. 2.2.4). Plus les attentes sont basses envers un politicien, plus les réactions à sa performance au débat risquent de lui être favorables. C'est ce qui s'est passé en 2007 avec André Boisclair. Les journalistes comme les citoyens pensaient qu'il allait offrir une prestation décevante lors de l'exercice discursif. Comme il s'en est finalement bien tiré, plusieurs ont décrété qu'il était le gagnant de l'affrontement télévisé.

On retrouve cette même tendance à effectuer des prévisions du côté du journal *La Presse*. Par exemple, l'analyste politique Denis Lessard prétendait avant le débat qu'aucun des chefs ne devait se contenter d'une stratégie défensive (Lessard, 2007a, p. A2). C'est donc possiblement pour cette raison qu'il a ensuite qualifié «d'amorphe» l'attitude défensive adoptée par Jean Charest pendant l'émission et qu'il a déclaré que le premier ministre était celui qui avait le moins bien fait (Lessard, 2007b, p. A2-A3, 2007c). Le journaliste Vincent Marissal semblait lui aussi faire la même chose. Avant le débat, il conseillait à Mario Dumont de faire passer ses messages et, surtout, d'attaquer Jean Charest (Marissal, 2007a). Après l'événement télévisé, il déclarait le chef de l'ADQ vainqueur de l'affrontement sous prétexte que Mario Dumont avait frappé efficacement le premier ministre avec le document avisant de faiblesses dans le viaduc de la Concorde et lorsqu'il a dit que Jean Charest ne méritait pas de deuxième chance (Marissal, 2007b).

De cette façon, les journalistes ne font pas que rapporter ce qui s'est déroulé lors du débat des chefs. Ils influencent l'événement télévisé (*voir* art. 2.1.2). En établissant avant l'émission une liste de ce que les chefs de partis doivent ou ne doivent pas faire pendant l'exercice discursif, ils amènent les politiciens à modifier leur comportement pour le débat en fonction de ces critères. De plus, puisque les journalistes étudient le débat selon leurs propres paramètres, leurs analyses apparaissent basées sur un raisonnement circulaire. Ceux qui sont chargés de résumer et de juger le déroulement du débat des chefs appuient ainsi leur argumentation sur leur propre vision de ce que l'on devrait idéalement retrouver lors de l'affrontement télévisé. Conséquemment, le débat n'est pas évalué en fonction des

attentes des électeurs, pourtant le public visé par l'émission, mais plutôt selon les critères des journalistes. Ces derniers se retrouvent donc à ne parler que de leur conception de l'événement en écrivant sur celui-ci. En effet, les analyses et commentaires des spécialistes de l'information occupent un plus grand espace rédactionnel dans les journaux à l'étude que les textes relatant de façon plus factuelle les propos qui ont été tenus pendant le débat. Plus précisément, 140 articles publiés après le débat ont été consacrés au résumé des affirmations faites par les chefs lors de l'émission alors que 186 d'entre eux renfermaient plutôt l'avis des spécialistes de l'information sur le style et la performance des participants à l'émission (*voir* tabl. 3.3).

3.2 La couverture médiatique du débat après sa tenue

3.2.1 Éléments factuels

Quelque 140 éléments différents du débat des chefs du 13 mars 2007 ont été rapportés dans les lignes des 217 articles publiés après sa tenue (*voir* tabl. 3.3). De façon générale, ces éléments demeurent des propos tenus par les différents chefs pendant l'émission et des informations factuelles plus générales sur le débat telles que le nombre de téléspectateurs qui y ont assisté. Les journalistes semblent avoir résumé de façon assez complète les affirmations qu'ont faites les chefs pendant l'émission. En effet, à l'écoute du débat, nous avons relevé un nombre similaire d'éléments susceptibles de faire l'objet d'une couverture médiatique. En ce sens, le traitement journalistique du débat des chefs paraît refléter assez fidèlement le déroulement de l'exercice discursif.

Tableau 3.3

Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans les journaux à l'étude

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Éléments factuels	140	64,52
Style des chefs	79	36,41
Performance des chefs	107	49,31
Sondages	61	28,11
Propos de relationnistes ou membres de partis politiques	25	11,52
Moyenne	82,4	
Nombre d'articles publiés après le débat	217	100

Cette abondance de nouvelles diverses traitant d'un événement n'ayant pourtant duré que deux heures peut être explicable par plusieurs des phénomènes exposés au chapitre précédent. Tout d'abord, l'évolution des technologies de l'information, plus particulièrement l'avènement de la télévision, des chaînes de télévision d'information en continu et d'Internet, demande la production de davantage de nouvelles en un laps de temps de plus en plus réduit (*voir* art. 2.1.2). Ainsi, les journalistes ont désormais moins de temps pour mettre en contexte chacun des événements dont ils font état.

De plus, la seule manière de pouvoir parler de chacun des éléments du débat des chefs dans un article sans que le texte semble manquer de sens est d'éliminer les liens entre chacun d'eux (*voir* art. 2.2.3). Les journalistes en traitent un peu à la manière d'une liste d'épicerie, rapportant dans une phrase qu'un des chefs de parti avait une coupe de cheveux affreuse, puis commentant dans la phrase suivante la position d'un candidat sur le manque de personnel dans le domaine de la santé. C'est le cas par exemple de cet extrait d'une chronique de Patrick Lagacé, publiée dans *La Presse* le lendemain du débat:

C'est la faute de l'ancien gouvernement. Non, non, c'est celle de votre gouvernement. Ils me font rire, les élus, quand ils citent les journaux pour planter un adversaire. D'habitude, quand un journaliste leur cite un article, ils disent qu'il ne faut pas croire tout ce qu'il y a dans les journaux. Ah, oui, ils sont drôles quand ils demandent à l'adversaire de les laisser finir leur phrase... Et le veston de M. Charest est trop grand... (Lagacé, 2007, p. A11)

Ainsi, les informations relatives au débat des chefs ou les paroles qui y ont été tenues ne sont pas hiérarchisées, ni mises en contexte. Les journalistes n'établissent pas non plus de distinction entre elles. C'est ce qui ressort de l'étude de cas ici effectuée. Chacun des éléments rapportés ne fait pas l'objet d'une analyse approfondie. Dans les écrits de nature plus factuelle, on rapporte généralement les propos des chefs tels qu'ils ont été prononcés durant le débat sans qu'ils ne soient expliqués.

Toutefois, quelques-uns des éléments rapportés dans la revue de presse à l'étude ont été relevés beaucoup plus souvent que les autres. Par exemple, douze textes font état des accusations de Mario Dumont et d'André Boisclair à l'endroit de Jean Charest. Ils ont soutenu pendant le débat que le premier ministre ne tenait pas ses promesses. Onze articles précisent que le chef du Parti libéral a déclaré que son gouvernement n'a pas été parfait, mais qu'il a fait ce qu'il a pu. Les journalistes ont

relevé treize fois le moment où Jean Charest a parcouru une liste de propositions de l'ADQ qui, selon lui, ne tenaient pas la route. On a pu retrouver treize fois dans les journaux analysés l'épisode où André Boisclair a demandé à Mario Dumont de préciser quelle était la marge de manœuvre du Québec. Ce dernier a eu de la difficulté à répondre à la question. Onze textes ont rapporté le fait que Mario Dumont a annoncé dans son discours d'ouverture que ses promesses électorales se chiffraient à 1,7 milliard de dollars.

L'élément dont on a traité le plus souvent demeure le moment où Mario Dumont a exhibé un document provenant du ministère des Transports avertissant de faiblesses dans la structure du viaduc de la Concorde s'étant effondré en septembre 2006. Le chef de l'Action démocratique du Québec a soutenu que le premier ministre a ignoré le danger. Jean Charest a rétorqué qu'un débat des chefs n'était pas un moment approprié pour «sortir un lapin de son chapeau» de cette façon (David, 2007, p.A1). Les journalistes ont fait référence à cet épisode dans pas moins de 96 articles bien que l'incident n'ait duré que quatre minutes durant le débat des chefs. Ainsi, cet événement a fait l'objet de 32,21% de la couverture médiatique consacrée à l'émission alors qu'il ne représente en réalité que 3,33% des échanges qui ont eu lieu entre les chefs de partis.

On peut s'interroger sur les raisons de cette disproportion entre le traitement médiatique accordé à certains éléments du débat des chefs et le déroulement du débat lui-même. Il est intéressant de noter que ces informations ne rapportent jamais les idées et les programmes des différents partis politiques représentés lors de l'affrontement discursif, mais relèvent davantage de l'aspect spectaculaire et compétitif de l'émission. La plupart de ces éléments traitent d'attaques de la part d'un politicien envers un autre ou de la défense d'un chef en réponse à une attaque. Ainsi, l'épisode où Mario Dumont a exhibé le document traitant du viaduc de la Concorde est l'un des moments dont les journalistes ont parlé le plus souvent, car il s'agit de l'exemple parfait d'un moment où un candidat a atteint l'adversaire et «marqué un point». L'émission apparaît alors décrite comme une compétition dans la presse. Les journalistes insistent sur les éléments plus spectaculaires du débat même si ceux-ci ne représentent qu'une infime partie de l'émission.

La plupart des éléments les plus cités le sont pour ces raisons. Par exemple, les spécialistes de l'information ont abondamment traité du moment où André Boisclair a posé sa question sur la marge de manœuvre du Québec au chef de l'ADQ, en spécifiant que cet épisode avait joué en son avantage: «André Boisclair l'a [Mario Dumont] d'ailleurs mis dans l'embarras en lui demandant à un

moment de manière répétitive d'évaluer la «marge de manœuvre financière» de l'État du Québec.» (Robitaille, 2007, p. A1). Le mea-culpa du premier ministre sortant dans son discours d'ouverture a lui aussi retenu l'attention de la presse. Un chef de parti qui admet qu'il n'a pas été parfait au cours de son mandat n'est pas particulièrement d'intérêt public, mais demeure assez spectaculaire et captivant, d'où son importante présence dans les articles publiés après le 13 mars 2007. Les journalistes ont mentionné que cela avait fait mis le chef du Parti libéral sur la défensive:

À son troisième débat, M. Charest, pour la première fois, se retrouvait sur la défensive et un peu amorphe, devant justifier le bilan de son mandat. [...] «Tout n'a pas été parfait depuis notre élection. En santé, on a tout fait ce qui est humainement possible. Pour les baisses d'impôts, on a fait tout ce qui était financièrement possible», a laissé tomber le chef libéral. (Lessard, 2007b, p. A3)

Il s'agit là d'un exemple où les analystes ont considéré qu'un candidat avait «perdu des points». Encore une fois, cet incident a fait l'objet d'une importante couverture médiatique.

3.2.2 Analyse du style des chefs de partis

La revue de presse ici étudiée fait référence 79 fois au style des chefs de parti dans les textes publiés après le débat dans *La Presse*, *Le Devoir* et *The Gazette* (voir tabl. 3.3). Les journalistes ont noté des éléments relatifs à l'apparence et l'attitude des chefs dans 36,41% des articles qu'ils ont rédigés après la diffusion de l'émission, ce qui représente plus du tiers de la couverture médiatique allouée à celle-ci après le 13 mars 2007. Les informations relevées par les rédacteurs quant au style des participants décrivent surtout leur attitude, leurs réactions, leur apparence physique et leur comportement.

Par exemple, treize articles soulignaient la clarté et le calme du chef du Parti libéral (voir tabl. 3.4). Douze textes assuraient qu'il a joué le rôle du premier ministre se battant contre tous les autres candidats. Seize analyses ont déclaré que Jean Charest avait eu l'air faible pendant l'incident du document sur le viaduc de la Concorde. 17 articles ont mis en évidence l'air morne avec lequel Jean Charest semblait réciter les accomplissements de son gouvernement. Quinze textes arguaient que le chef de l'ADQ est un démagogue, alors que dix d'entre eux soutenaient plutôt qu'il a paru plus ouvert, mieux informé, plus honnête et plus près des citoyens. 17 articles soulignaient le fait qu'André

Boisclair avait l'air du Grand Inquisiteur en répétant sans cesse les mêmes questions sans attendre de réponse. Seize analyses exprimaient toutefois le fait qu'il semblait être celui qui était le mieux préparé.

Le fait que les journalistes parlent davantage de la personnalité des candidats lorsqu'ils traitent du débat des chefs découle en partie de la façon avec laquelle ils appréhendent actuellement une image (*voir* art. 2.1.2). Puisqu'ils n'ont plus le loisir d'effectuer une analyse approfondie de ce qu'ils ont vu, leurs productions médiatiques mettront plutôt l'emphasis sur ce qui est immédiatement visible, soit le comportement des chefs durant l'émission. Les images véhiculées par les médias seront même simplifiées afin de s'assurer que le public comprenne bien le sens que les journalistes veulent leur donner.

Comme les journalistes considèrent qu'une image est un reflet fidèle de la réalité, l'image que projettent les chefs de partis est souvent perçue comme symptomatique de leur vraie personnalité. Toutefois, l'objectif pour un politicien qui cherche à montrer une image particulière de lui-même demeure de créer des impressions générales dans la population. En traitant de l'image des dirigeants de formations politiques dans leurs productions médiatiques, les spécialistes de l'information n'ont d'autre choix que de rester dans le domaine du général et du superficiel. C'est pourquoi ils s'attardent sur les attitudes, les comportements et l'apparence des participants au débat des chefs dans leurs articles de journaux.

Tableau 3.4

Exemples d'éléments relatifs au style des chefs rapportés dans les articles publiés après le débat de 2007

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent
Clarté et calme de Jean Charest	13
Jean Charest a joué le rôle du premier ministre	12
Faiblesse de Jean Charest à propos du document sur le viaduc de la Concorde	16
Air morne de Jean Charest	17
Mario Dumont est un démagogue	15
Mario Dumont est plus ouvert, mieux informé, honnête et près des citoyens	10
André Boisclair a l'air du Grand Inquisiteur	17
André Boisclair a l'air le mieux préparé	16

3.2.3 Analyse de la performance des chefs

Près de la moitié de la couverture médiatique du débat de 2007 publiée après le 13 mars s'attarde à l'analyse de la performance des chefs (*voir* tabl. 3.3). 107 articles sur 217 rapportent ce que les journalistes considèrent comme les bons et mauvais coups des participants ainsi que les phrases qui semblent avoir eu un effet percutant sur leurs adversaires et celles qui n'ont pas eu l'impact escompté. On y fait aussi beaucoup référence aux concepts de gagnant et de perdant, de dominant et de défensif, un peu à la manière d'une compétition sportive. Considérer le débat des chefs comme une compétition pose la question «Qui gagnera?», et non pas «Quelles sont les idées défendues par les chefs?». Cette façon d'appréhender l'émission met donc l'emphase sur les chefs et leur personnalité plutôt que sur le programme de leur parti.

Ainsi, vingt articles soutenaient que Mario Dumont dominait pendant le débat (*voir* tabl. 3.5). Quinze textes exprimaient le fait que Jean Charest semblait sur la défensive durant l'émission. Douze analyses ont précisé que le premier ministre n'apparaissait pas à la hauteur de la réputation de débateur qu'il avait acquise alors qu'il n'avait pas de bilan à défendre. Les auteurs de quatorze textes croyaient que l'épisode sur le document sur le viaduc de la Concorde avait mis l'emphase sur le spectaculaire. Plus encore, les journalistes ont précisé dans 27 articles qu'ils pensaient que cette action était déplacée de la part d'un chef en pleine ascension comme Mario Dumont. On a aussi conclu 17 fois qu'André Boisclair avait dépassé les attentes et douze fois qu'il dominait ses adversaires.

On retrouve dans 25 textes l'idée que le débat était un mélange peu concluant d'insultes, de statistiques, d'attaques et de défenses. Toutefois, onze articles assuraient que l'émission était l'occasion d'entendre les propositions de tous les courants politiques québécois. Quatorze textes disaient que le débat sert à toucher les électeurs par la performance des chefs. Par douze fois les auteurs d'articles ont précisé que personne n'avait gagné l'affrontement télévisé.

Tableau 3.5

Exemples d'éléments relatifs à la performance des chefs rapportés dans les articles publiés après le débat de 2007

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent
Mario Dumont dominait	20
Jean Charest était sur la défensive	15
Jean Charest n'était pas à la hauteur de sa réputation de débateur	12
L'épisode du document sur le viaduc de la Concorde était spectaculaire	14
L'épisode du document sur le viaduc de la Concorde était déplacé	27
André Boisclair a dépassé les attentes	17
André Boisclair dominait	12
Le débat était un mélange d'insultes, de statistiques, d'attaques et de défenses	25
Le débat a permis d'entendre les propositions des partis	11
Le débat sert à toucher les électeurs par la performance des chefs	14
Personne n'a gagné	12

Les politiciens usent de stratégies de relations publiques pour présenter une image particulière d'eux-mêmes au public pendant l'affrontement télévisé. Aidés de leurs conseillers, ils déterminent à l'avance quel rôle ils tenteront d'endosser pendant le débat. Les journalistes analyseront souvent la performance des chefs en fonction de ce rôle. Ils déclareront donc qu'un candidat a bien fait, car il est resté conforme au personnage qu'il tentait d'incarner. Inversement, ils diront qu'un leader de parti a mal paru, car il n'a pas été capable de suivre le rôle qu'il s'était préalablement donné.

Par exemple, l'une des tactiques mises de l'avant par les relationnistes des politiciens demeure celle de ne pas avoir l'air de faire de la «petite politique». Pour ce faire, il s'agit d'éviter toute confrontation avec ses adversaires. C'est ce que Jean Charest a tenté d'effectuer lors du débat de 2007 en adoptant une position de premier ministre détaché du débat et se situant au-dessus de la mêlée. C'est, du moins, ce que le chef du Parti libéral avait annoncé qu'il tenterait de faire avant l'émission. C'est également ce que les médias ont rapporté suite à l'événement télévisé du 13 mars 2007. Ainsi, on peut lire dans *La Presse*, quelques heures avant le débat, que:

Aux prises avec une campagne qui peine à décoller et dans laquelle la «petite politique» a volé la vedette au contenu et au fond, Jean Charest envisage le débat de ce soir comme un moyen de parler directement aux électeurs. [...] Officiellement, donc, M. Charest veut faire porter le débat sur les priorités, le leadership et l'équipe. (de Grandpré, 2007, p. A4)

Après l'affrontement télévisé, on mentionne à propos de Jean Charest, toujours dans *La Presse*, que:

Son plan de match était manifestement de se présenter comme un chef d'État, pondéré, posé, au-dessus de la mêlée, parfois paternaliste avec ses adversaires, et à la limite, volontairement ennuyeux. Cela a peut-être fonctionné. N'oublions pas que, dans cette campagne sans grands élans, les électeurs se résigneront à choisir, comme premier ministre, celui qui est le moins pire des trois. Le défi de Jean Charest n'était donc pas de susciter de l'enthousiasme à son égard. Mais de démontrer que, même s'il est impopulaire, il reste le mieux placé pour diriger le gouvernement. (Dubuc, 2007, p. A29)

De cette façon, l'analyse de la performance des chefs par les journalistes ne demeure qu'une évaluation de l'efficacité des techniques de relations publiques utilisées par les politiciens. Peu de productions médiatiques se consacrent à l'étude de leurs idées et de leur programme.

3.2.4 Sondages

Les journalistes s'appuient souvent sur les sondages pour analyser le débat des chefs. Le gagnant de l'affrontement télévisé demeure généralement le candidat qui se trouve en tête des sondages ou encore celui qui a progressé plus que les autres dans les intentions de vote. C'est ce que notre revue de presse montre. De nombreux spécialistes de l'information ont décrété que Mario Dumont est sorti victorieux du débat des chefs de 2007. Incidemment, il faisait, au lendemain du débat, une avancée fulgurante dans les sondages d'opinion. De ce fait, l'analyse journalistique de l'émission ne se fonde alors pas sur les idées qui y ont été avancées, mais plutôt sur des enquêtes extérieures à l'exercice discursif.

Les références aux sondages occupent une place importante dans le traitement journalistique du débat publié après sa tenue. En effet, 28,11% des articles à l'étude appuient leur argumentation sur les résultats des coups de sonde (*voir* tabl. 3.3). Cette prédominance de la «course de chevaux» dans le traitement journalistique du débat des chefs soulève plusieurs interrogations sur le fonctionnement du système politique québécois. Puisque les journalistes ont surtout abordé la question des sondages dans leurs textes plutôt que celle des enjeux de la campagne électorale, les chefs de partis avaient tout intérêt à vendre leur candidature et leur formation politique en vertu des sondages et non pas sur la base de leur programme électoral. L'un des fondements de la démocratie demeure le fait que les électeurs doivent être bien informés avant de choisir leurs représentants politiques. Pourtant, en

2007, les médias semblent avoir failli à leur rôle d'informateurs et avoir même indirectement incité les politiciens à ne pas faire campagne sur des enjeux pourtant importants aux yeux des Québécois (Farnsworth *et al.*, 2007).

3.2.5 Interventions d'analystes externes

On retrouve parmi les auteurs d'analyses journalistiques sur le débat des chefs d'anciens politiciens devenus journalistes (*voir* art. 2.2.2). Tel que mentionné précédemment, Marie Grégoire, ancienne députée de l'ADQ, et John Parisella, ancien directeur général du Parti libéral du Québec, ont tous deux écrit à propos du débat dans les pages du Devoir (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007a, 2007b, 2007c). L'ancienne députée libérale Liza Frulla a aussi contribué à l'analyse du débat des chefs du 13 mars 2007 dans le quotidien La Presse (Frulla, 2007a, 2007b). Ce faisant, il est possible que ces «analystes» favorisent leur ancien parti dans leur évaluation de l'affrontement télévisé. Incidemment, Marie Grégoire a déclaré après le débat que Mario Dumont s'était davantage démarqué durant l'exercice (Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire, 2007c).

De plus, les journalistes se réfèrent souvent à des spécialistes pour appuyer leur analyse du débat des chefs. On retrouve parmi ces experts des chercheurs universitaires, des professionnels des relations publiques et même, parfois, les conseillers, anciens ou actuels, de politiciens. Ainsi, 11,52% des articles publiés après l'événement télévisé rapportent les propos de relationnistes et de membres de partis politiques (*voir* tabl. 3.3). Il arrive même parfois que les interventions et les communiqués émis par des spécialistes des relations publiques dans les journaux soient retransmis tels quels par les journalistes. Par exemple, un journaliste de La Presse, Tristan Péloquin, cite directement la responsable de la campagne libérale, Line Beauchamp, pour soutenir que Mario Dumont contrevenait aux règles du débat lorsqu'il a exhibé le document sur le viaduc de la Concorde.

Selon la responsable de la campagne libérale, Line Beauchamp, le fait que l'animateur Jacques Moisan ait au surplus «souligné trois fois plutôt qu'une» l'irrégularité du geste de M. Dumont «permet à la population de constater que le chef adéquiste est prêt à faire n'importe quoi pour un bon clip vidéo.» (Péloquin, 2007, p. A5)

Cet usage des interventions et des communiqués des relationnistes demeure problématique si l'on considère que les communiqués sont fréquemment écrits avant même qu'un événement n'ait lieu. Conséquemment, l'analyse du débat faite par un relationniste ne relatera pas toujours ce qui s'est déroulé pendant l'émission, car elle a été écrite avant même que le débat ne soit diffusé. De plus, les relationnistes peuvent mettre l'emphasis sur un détail, parfois insignifiant, du débat afin de mettre en valeur leur client. Ce détail sera ensuite repris par les journalistes qui l'érigeront en événement digne d'intérêt, alors qu'il ne touche souvent pas les électeurs.

3.2.6 Place accordée à chaque thème

Les chefs des trois principales formations politiques québécoises ont discuté de cinq thèmes lors du débat des chefs du 13 mars 2007. Ils ont débattu de santé et de mission sociale, d'environnement et de développement durable, de gestion de l'État et d'économie, d'éducation, de famille et de développement humain ainsi que de l'avenir politique du Québec. Quoique le même laps de temps ait été accordé à chacun de ces enjeux durant l'émission, ils n'ont pas fait l'objet d'une couverture médiatique égale. Vingt-quatre articles ont majoritairement traité de gestion de l'État et d'économie, 24 autres ont accordé la priorité à l'avenir politique du Québec, 10 articles ont surtout fait référence à la santé et la mission sociale, cinq textes se sont penchés en majorité sur l'éducation, la famille et le développement humain et seulement trois articles ont priorisé le thème de l'environnement et du développement durable (*voir* tabl. 3.6). Tous les autres textes étudiés ne mentionnaient tout simplement pas les thèmes abordés lors du débat ou accordaient un traitement égal à plusieurs ou l'ensemble des enjeux touchés par l'émission. L'importance accordée à chacun des thèmes de l'affrontement télévisé ne varie pas beaucoup d'un journal à l'autre. De plus, on retrouve un espace rédactionnel équivalent consacré à la couverture des thèmes dans chacun des quotidiens à l'étude.

Cette inégalité dans la couverture médiatique des différents thèmes débattus lors de l'événement télévisé résulte de deux phénomènes. Tout d'abord, certains thèmes peuvent avantager ou désavantager un candidat (*voir* art. 2.3.4). Comme certains politiciens offrent une performance particulièrement remarquable (ou, au contraire, particulièrement désastreuse) dans un domaine précis, il est normal que les journalistes en fassent davantage état. C'est le cas de la santé, enjeu sur lequel Jean Charest a eu de la difficulté à défendre son bilan face à plusieurs attaques de ses adversaires (promesses rompues, listes d'attente dans plusieurs hôpitaux, femmes de l'Outaouais qui vont

accoucher à Ottawa faute de place dans les hôpitaux québécois, etc.). La gestion de l'État et l'économie a fait l'objet d'un plus grand traitement médiatique pour la même raison. En effet, Mario Dumont s'est notamment fait critiquer pour l'absence d'un cadre financier pour chiffrer ses promesses électorales et son incapacité, bien qu'il soit économiste, à déterminer quelle est la marge de manœuvre du Québec.

De plus, il se peut que certains thèmes soient davantage couverts par les journalistes parce qu'ils seraient plus attrayants pour le lecteur et donc plus divertissants. C'est ce qui explique la prédominance du thème de l'avenir politique du Québec. Il s'agit d'un enjeu qui préoccupe particulièrement les Québécois et qui suscite généralement beaucoup de réactions. Les électeurs sont divisés sur cette question et ce thème soulève généralement les passions de tout un chacun. Ainsi, un article traitant de ce thème risque d'intéresser davantage de lecteurs. C'est pourquoi la couverture médiatique qui lui est allouée est plus importante que celle accordée aux autres sujets du débat.

Tableau 3.6

Références aux thèmes du débat dans les articles publiés avant et après le débat de 2007

Thèmes	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Santé et mission sociale	10	3,36
Environnement et développement durable	3	1,01
Gestion de l'État et économie	24	8,05
Éducation, famille et développement humain	5	1,68
Avenir politique du Québec	24	8,05
Moyenne	13,2	
Nombre d'articles publiés	298	100

3.2.7 Place accordée à chaque candidat

Chacun des trois politiciens présents à l'émission s'est vu accorder un temps de parole équivalent à celui de ses adversaires. Pourtant, la couverture médiatique allouée à chaque chef n'est pas égale. De plus, bien que les dirigeants de Québec solidaire, Françoise David et Amir Khadir, et le leader du Parti vert, Scott Mackay, aient été écartés de l'exercice discursif, on en a parfois fait mention dans les articles de journaux traitant du débat. Ainsi, 76 articles parlaient plus de Mario Dumont que des autres leaders politiques, 63 textes accordaient la priorité à Jean Charest, 37 productions médiatiques se consacraient surtout à André Boisclair, quatre articles mentionnaient Françoise David en majorité, trois textes privilégiaient Amir Khadir et Scott Mackay a fait l'objet de seulement deux articles (*voir* tabl. 3.2). Les autres textes ne traitaient d'aucun chef ou parlaient de plusieurs ou de l'ensemble d'entre eux de façon égale.

Il a été mentionné au chapitre précédent que le premier ministre sortant se voit généralement accorder un intérêt plus grand par les journalistes puisqu'il s'agit du dirigeant de la province. Toutefois, c'est de Mario Dumont dont parlent la majorité des articles à l'étude, alors qu'il n'était ni chef du gouvernement, ni même chef de l'opposition. Ces résultats surprenants peuvent s'expliquer par le fait qu'il a été l'instigateur de l'élément du débat des chefs le plus rapporté dans les médias, à savoir le fameux document du ministère des Transports traitant du viaduc de la Concorde. Le chef de l'ADQ faisait aussi à l'époque une montée fulgurante dans les sondages, d'où le fait que les spécialistes de l'information s'intéressaient particulièrement à lui.

3.3 La couverture journalistique du débat des chefs selon les différents médias

3.3.1 Comparaison entre les journaux

Les trois journaux étudiés, soit *The Gazette*, *Le Devoir* et *La Presse*, diffèrent légèrement dans leur façon de couvrir le débat des chefs. Il apparaît que le journal *The Gazette* accorde une plus grande importance à la couverture des éléments factuels du débat que ses concurrents dans les articles publiés après le 13 mars 2007. En effet, 68,89% de ceux que l'on retrouve dans le quotidien

anglophone réfèrent à des faits survenus lors de l'émission (voir tabl. 3.7). Le Devoir a accordé 66% de son espace rédactionnel aux éléments factuels du débat et La Presse, 62,3% (voir tabl. 3.8 et 3.9).

Tableau 3.7
Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans The Gazette

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Éléments factuels	31	68,89
Style des chefs	14	31,11
Performance des chefs	18	40
Sondages	14	31,11
Propos de relationnistes ou membres de partis politiques	4	8,89
Moyenne	16,2	
Nombre d'articles publiés après le débat	45	100

Tableau 3.8
Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans Le Devoir

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Éléments factuels	33	66
Style des chefs	18	36
Performance des chefs	18	36
Sondages	16	32
Propos de relationnistes ou membres de partis politiques	11	22
Moyenne	19,2	
Nombre d'articles publiés après le débat	50	100

Tableau 3.9
Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue dans La Presse

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Éléments factuels	76	62,3
Style des chefs	47	38,52
Performance des chefs	71	58,2
Sondages	31	25,41
Propos de relationnistes ou membres de partis politiques	10	8,2
Moyenne	47	
Nombre d'articles publiés après le débat	122	100

Ainsi, notre revue de presse montre que les quotidiens traitent abondamment des divers éléments factuels pouvant être rapportés à propos de l'affrontement télévisé (*voir* art. 3.2.1). Cette situation est en partie attribuable à la concurrence subsistant entre les réseaux médiatiques. Afin de dépasser leurs adversaires commerciaux, les journaux vont multiplier la quantité d'informations qu'ils livrent au public sur un événement. Cela mène à une indifférenciation des nouvelles, car l'objectif demeure de donner toujours plus d'informations sur le débat des chefs et non pas de mettre la priorité sur certains faits plus importants. Cela crée aussi des pseudo-événements, car il arrive que l'on érige un incident banal survenu lors du débat en nouvelle d'intérêt national. C'est le cas du moment où André Boisclair a interrogé Mario Dumont à propos de la marge de manœuvre du Québec lors de l'affrontement télévisé de 2007. L'épisode n'a duré qu'une minute et n'a pas réellement influencé le déroulement du débat. Pourtant, il est l'un des éléments les plus relevés dans les journaux à l'étude.

On remarque que le journal La Presse se consacre davantage à l'analyse du style et de la performance des chefs lorsque l'on y traite du débat télévisé. En effet, il alloue 38,52% de sa couverture médiatique à l'évaluation du style des participants et 58,2% à celle de la performance des politiciens, contre 31,11% et 40% pour The Gazette et 36% dans les deux cas pour Le Devoir (*voir* tabl. 3.7, 3.8 et 3.9). Il est donc facile de voir que ce dernier accorde moins d'importance à la performance des dirigeants des principales formations politiques du Québec dans son évaluation du débat des chefs.

Des différences subsistent entre les journaux quant à la place des sondages. La Presse a attribué 25,41% de son espace rédactionnel aux sondages après le 13 mars 2007, alors que The Gazette

en a accordé 31,11% (5,7% de plus) et Le Devoir, 32% (6,59% de plus) (voir tabl. 3.7, 3.8 et 3.9). Ainsi, on peut noter que La Presse alloue moins d'importance aux sondages dans ses analyses du débat des chefs parues après sa tenue. Toutefois, il en est tout autre pour les textes issus d'éditions antérieures à l'émission. La Presse traite de sondages dans 35,9% de ses articles publiés avant le débat, contre 25% pour The Gazette et 34,21% pour Le Devoir (voir tabl. 3.10, 3.11 et 3.12). Dans les deux cas, c'est le quotidien anglophone qui traite le moins des coups de sonde.

Tableau 3.10

Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans The Gazette

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Forme et organisation du débat	0	0
Sondages	1	25
Préparation des chefs	0	0
Prédictions et/ou conseils aux chefs	1	25
Commentaires d'analystes externes	0	0
Moyenne	0,4	
Nombre d'articles publiés avant le débat	4	100

Tableau 3.11

Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans Le Devoir

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Forme et organisation du débat	20	52,63
Sondages	13	34,21
Préparation des chefs	2	5,26
Prédictions et/ou conseils aux chefs	8	21,05
Commentaires d'analystes externes	5	13,16
Moyenne	9,6	
Nombre d'articles publiés avant le débat	38	100

Tableau 3.12
Éléments rapportés sur le débat de 2007 avant sa tenue dans La Presse

Élément rapporté	Nombre d'articles qui le rapportent	%
Forme et organisation du débat	18	46,15
Sondages	14	35,9
Préparation des chefs	6	15,38
Prédictions et/ou conseils aux chefs	11	28,21
Commentaires d'analystes externes	6	15,38
Moyenne	11	
Nombre d'articles publiés avant le débat	39	100

Les quotidiens de notre revue de presse ne semblent pas accorder le même poids médiatique aux prévisions et aux conseils des analystes faits aux chefs avant la tenue du débat. La Presse est le journal qui alloue la plus grande place à l'établissement de prédictions avant le débat. En effet, elle voue à ce type de textes 28,21 % de sa couverture médiatique, contrairement à The Gazette, qui n'y consacre que 25 % de son traitement journalistique, et au Devoir, dont 21,05 % des textes font mention de prédictions ou de conseils (*voir* tabl. 3.10, 3.11 et 3.12).

Finalement, les journaux à l'étude font référence dans les mêmes proportions aux différents thèmes abordés lors du débat des chefs de 2007. Ainsi, les trois quotidiens mentionnent davantage les thèmes gestion de l'État et économie et avenir politique du Québec que les trois autres sujets touchés lors de l'émission (*voir* tabl. 3.13, 3.14 et 3.15). La seule différence notoire entre les journaux demeure que, pour The Gazette, le thème «gestion de l'État et économie» a été traité plus souvent que celui de l'avenir politique du Québec, alors que les deux autres quotidiens en parlent de façon égale. Les journaux étudiés accordent également une importance similaire aux différents leaders des principales formations politiques québécoises dans leur couverture médiatique du débat (*voir* tabl. 3.16, 3.17 et 3.18). En effet, ils ont tous donné davantage d'espace rédactionnel à Mario Dumont. Le deuxième chef dont ils parlent le plus souvent est Jean Charest, suivi d'André Boisclair. En ce qui a trait aux chefs de Québec solidaire et du Parti vert, La Presse et Le Devoir ont évoqué Françoise David dans un plus grand nombre d'articles que les deux autres leaders, alors que The Gazette a mentionné Amir Khadir sans faire état de Mme David ni de Scott Mackay.

Tableau 3.13

Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans The Gazette avant et après le débat de 2007

Thèmes	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Santé et mission sociale	2	4,08
Environnement et développement durable	0	0
Gestion de l'État et économie	5	10,2
Éducation, famille et développement humain	0	0
Avenir politique du Québec	4	8,16
Moyenne	2,2	
Nombre d'articles publiés	49	100

Tableau 3.14

Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans Le Devoir avant et après le débat de 2007

Thèmes	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Santé et mission sociale	3	3,41
Environnement et développement durable	1	1,14
Gestion de l'État et économie	7	7,95
Éducation, famille et développement humain	2	2,27
Avenir politique du Québec	7	7,95
Moyenne	4	
Nombre d'articles publiés	88	100

Tableau 3.15

Références aux thèmes du débat dans les articles publiés dans La Presse avant et après le débat de 2007

Thèmes	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Santé et mission sociale	5	3,11
Environnement et développement durable	2	1,24
Gestion de l'État et économie	12	7,45
Éducation, famille et développement humain	3	1,86
Avenir politique du Québec	13	8,07
Moyenne	7	
Nombre d'articles publiés	161	100

Tableau 3.16

Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans The Gazette avant et après le débat de 2007

Chef	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Jean Charest	13	26,53
André Boisclair	6	12,24
Mario Dumont	14	28,57
Françoise David	0	0
Amir Khadir	1	2,04
Scott Mackay	0	0
Moyenne	5,67	
Nombre d'articles publiés	49	100

Tableau 3.17

Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans Le Devoir avant et après le débat de 2007

Chef	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Jean Charest	20	22,73
André Boisclair	12	13,64
Mario Dumont	21	23,86
Françoise David	2	2,27
Amir Khadir	1	1,14
Scott Mackay	1	1,14
Moyenne	9,5	
Nombre d'articles publiés	88	100

Tableau 3.18

Références aux chefs de partis dans les articles publiés dans La Presse avant et après le débat de 2007

Chef	Nombre d'articles qui y font majoritairement référence	%
Jean Charest	30	18,63
André Boisclair	19	11,8
Mario Dumont	41	25,47
Françoise David	2	1,24
Amir Khadir	1	0,62
Scott Mackay	1	0,62
Moyenne	15,67	
Nombre d'articles publiés	161	100

3.3.2 Comparaison entre la presse écrite et la télévision

Les journalistes œuvrant au Téléjournal, diffusé sur les ondes de la Société Radio-Canada le 13 mars 2007, de 22 heures à 23 heures, ont rapporté pas moins de 57 éléments factuels en lien avec le débat des chefs s'étant déroulé dans les deux heures précédentes (*voir* tabl. 3.19). Les éléments dont ont fait mention les journalistes de Radio-Canada demeurent surtout les propos qu'ont tenus les trois chefs pendant l'émission et des informations de nature plus générale sur l'exercice discursif telles que les règles du débat. Ainsi, à l'instar de la presse écrite, on remarque une multiplicité et une indifférenciation des éléments factuels présents dans le traitement médiatique du débat des chefs à la télévision (*voir* art. 3.2.1). Toutefois, ces faits ne représentent pas l'émission dans sa totalité. En effet, à l'écoute du débat, nous avons relevé deux fois plus d'éléments pouvant faire l'objet d'une couverture journalistique. Les spécialistes de l'information de Radio-Canada auront donc fait état d'un peu moins de la moitié des propos tenus lors du débat, ce qui apparaît peu représentatif de celui-ci. Les analystes de la presse écrite, quant à eux, ont répertorié 140 éléments factuels à propos du débat, ce qui demeure un résumé de l'émission beaucoup plus complet. Toutefois, cela mène également à une indifférenciation des nouvelles, car les journaux se retrouvent ainsi à donner toujours plus d'informations sur le débat des chefs sans mettre la priorité sur certains faits plus importants. Un traitement médiatique exhaustif ne sous-tend donc pas nécessairement une compréhension accrue des enjeux primordiaux abordés lors de l'événement télévisé.

Comme c'est le cas dans les journaux, certains des faits rapportés lors du Téléjournal ont été relevés beaucoup plus souvent que d'autres. Par exemple, les journalistes ont fait référence dix fois au moment où Mario Dumont a exhibé un document prévenant de faiblesses dans le viaduc de la Concorde. Ils ont aussi souligné cinq fois l'épisode où André Boisclair a demandé à Mario Dumont quelle était la marge de manœuvre du Québec. Le chef de l'ADQ, incapable de répondre, a répliqué que cela dépendait de la croissance économique. Ces éléments mettent l'accent sur l'aspect spectaculaire et compétitif du débat des chefs. En effet, les faits dont les journalistes ont parlé le plus souvent ne traitent pas du programme ou des idées des candidats, mais plutôt d'attaques où l'un des chefs tentait de mettre dans l'embarras l'un de ses adversaires. Ce phénomène existe aussi chez les journaux imprimés.

On observe donc, tant dans la presse écrite qu'à la télévision, une disproportion entre le traitement journalistique accordé aux éléments plus spectaculaires du débat des chefs et leur place réelle dans l'émission. C'est le cas de l'incident du document sur le viaduc de la Concorde, qui représente 11,63% de la couverture du débat des chefs à la télévision, alors qu'il ne représente que 3,33% des propos tenus par les chefs de partis lors de l'émission. Les raisons de cette disproportion demeurent les mêmes que pour la presse écrite (*voir* art. 3.2.1).

Les journalistes du Téléjournal ont rapporté 66 éléments ayant trait au style et à la performance des chefs lorsqu'ils ont analysé le débat du 13 mars 2007 (*voir* tabl. 3.19). Ils ont donc mentionné neuf éléments de plus que lorsqu'ils ont traité des informations plus factuelles en rapport à l'affrontement télévisuel. Tout comme leurs collègues de la presse écrite, les spécialistes de l'information œuvrant à la télévision accordent une plus grande place à l'apparence, à l'attitude et à la personnalité des candidats dans leur couverture du débat des chefs qu'aux propos qui y ont été tenus. On peut émettre l'hypothèse que les mêmes phénomènes sont à l'œuvre tant à la télévision que dans les journaux imprimés, d'où la prédominance de ce type de traitement journalistique dans les deux types de productions médiatiques (*voir* art. 3.2.2 et 3.2.3). Les éléments relevés par les journalistes de la télévision en relation avec la performance des politiciens font surtout état de l'aspect compétitif de l'émission. Ainsi, ils ont parlé de stratégies, d'efficacité, d'attaque et de défense. On retrouve aussi parmi les 66 éléments rapportés beaucoup de commentaires quant à l'attitude et la personnalité des chefs présents au débat.

Tableau 3.19
Éléments rapportés sur le débat de 2007 après sa tenue au Téléjournal

Élément rapporté	Nombre d'éléments rapportés	%
Éléments factuels	57	42,54
Style des chefs	30	22,39
Performance des chefs	36	26,86
Sondages	2	1,49
Propos de relationnistes ou membres de partis politiques	9	6,72
Total	134	100
Moyenne	26,8	

À l'instar des journaux imprimés, on remarque à ce sujet une multiplicité des informations livrées par les journalistes de Radio-Canada. Toutefois, certaines ont été relevées plus souvent que les autres. Par exemple, on a mentionné sept fois pendant le Téléjournal que le débat des chefs avait donné lieu à un échange d'idées respectueux, mais sans qu'il y ait consensus. Les journalistes ont dit neuf fois qu'ils croyaient que Jean Charest ne s'est réveillé et n'a commencé à faire des attaques que dans les quarante dernières minutes de l'exercice discursif. Par six fois ils ont déclaré que le chef du Parti libéral a voulu endosser le rôle du premier ministre. Ils ont affirmé sept fois qu'André Boisclair «n'avait pas cassé» (Radio-Canada, 2007g). Ils ont relevé cinq fois le fait que le chef du Parti québécois était très agressif et coupait sans cesse la parole à ses adversaires. Les spécialistes de l'information ont aussi soutenu à cinq reprises que Mario Dumont était sûr de lui au début du débat.

Les journalistes ont mentionné deux fois le thème des sondages durant le Téléjournal suivant le débat des chefs du 13 mars 2007. Malgré que l'échantillon soit trop restreint pour que l'on puisse l'affirmer avec certitude, la couverture journalistique du débat des chefs à la télévision semble suivre la tendance notée chez les journaux imprimés (*voir* art. 3.1.2 et 3.2.4). Ainsi, c'est de Mario Dumont dont ont davantage parlé les intervenants de Radio-Canada (*voir* tabl. 3.20). Sa fulgurante avancée dans les sondages à l'époque peut être l'une des raisons pour lesquelles les spécialistes de l'information s'intéressaient plus à lui qu'aux autres candidats. De surcroît, l'un des deux journalistes ayant traité de sondages lors du bulletin de nouvelles télévisé s'est montré moins critique envers le chef de l'ADQ qu'envers les autres leaders politiques. L'autre est resté neutre quant aux différents chefs de partis. Plusieurs ont aussi décrété qu'il avait offert une solide performance lors du débat et certains ont même soutenu qu'il l'avait gagné. De cette façon, on peut penser que les journalistes de la

télévision s'appuient sur les résultats des sondages pour justifier leur analyse de l'émission comme le font leurs collègues de la presse écrite.

La couverture effectuée par les journalistes de la télévision à propos de chaque thème débattu lors de l'affrontement télévisé est similaire à celle réalisée par les journalistes de la presse écrite. En effet, malgré qu'un temps égal ait été alloué à chacun des enjeux durant le débat, ils ne font pas l'objet d'un traitement journalistique identique. Ainsi, durant le *Téléjournal*, on a parlé 18 fois de gestion de l'État et d'économie, 17 fois de santé et de mission sociale, 12 fois d'avenir politique du Québec, 6 fois d'environnement et de développement durable et six fois d'éducation, de famille et de développement humain (*voir* tabl. 3.21). En moyenne, les journalistes de Radio-Canada ont mentionné 11,8 fois chacun de ces thèmes. Encore une fois, cette situation est causée par les mêmes phénomènes qui sont à l'œuvre dans les journaux imprimés (*voir* art. 3.2.6). Certains chefs offrent une performance marquante (que ce soit positivement ou négativement) sur des sujets particuliers, d'où leur plus grande couverture par les médias. C'est le cas de la santé, sur laquelle le bilan de Jean Charest a été fortement critiqué, et de l'économie, thème sur lequel Mario Dumont a reçu de nombreux reproches dont l'absence de cadre financier pour chiffrer ses promesses électorales. De plus, certains thèmes sont davantage mis de l'avant par les journalistes pour l'attrait qu'ils exercent chez les téléspectateurs. L'avenir politique du Québec, sujet qui enflamme généralement les passions chez les Québécois, est l'un de ceux-là.

La télévision ressemble aussi aux journaux imprimés en ce qui a trait à la place accordée à chaque dirigeant de parti politique dans le traitement médiatique du débat des chefs. Ainsi, malgré que le temps de parole alloué à chaque chef lors de l'émission soit égal, la couverture que font les journalistes des leaders politiques ne l'est pas. Au *Téléjournal*, on a fait référence à Mario Dumont 88 fois, à André Boisclair 79 fois et à Jean Charest 73 fois (*voir* tabl. 3.20). Les journalistes de Radio-Canada n'ont jamais mentionné les chefs des formations politiques qui n'étaient pas représentées au débat, tels que Françoise David, Amir Khadir et Scott Mackay, alors que l'on en a parlé à quelques reprises dans la presse écrite.

Tableau 3.20

Références aux chefs de partis faites lors du Téléjournal après le débat de 2007

Chef	Nombre de fois qu'il a été mentionné	%
Jean Charest	73	30,42
André Boisclair	79	32,92
Mario Dumont	88	36,67
Françoise David	0	0
Amir Khadir	0	0
Scott Mackay	0	0
Total	240	100
Moyenne	40	

Tableau 3.21

Références aux thèmes du débat de 2007 faites au Téléjournal après sa tenue

Thèmes	Nombre de fois qu'il a été mentionné	%
Santé et mission sociale	17	28,81
Environnement et développement durable	6	10,17
Gestion de l'État et économie	18	30,51
Éducation, famille et développement humain	6	10,17
Avenir politique du Québec	12	20,34
Total	59	100
Moyenne	11,8	

C'est de Mario Dumont dont ont discoursu le plus souvent les spécialistes de l'information. Pourtant, il n'était alors ni premier ministre, ni même chef de l'opposition. Comme il a été mentionné précédemment, cela peut s'expliquer par le fait que le chef de l'ADQ faisait une avancée impressionnante dans les sondages à ce moment-là et qu'il a été au cœur de l'élément du débat le plus couvert par les médias, soit l'épisode où il a exhibé un document portant sur le viaduc de la Concorde (voir art. 3.2.7). Il est intéressant de noter que l'on a davantage parlé d'André Boisclair à la télévision que du premier ministre sortant, Jean Charest, ce qui n'est pas le cas dans les journaux.

De surcroît, nos résultats montrent que les journalistes œuvrant à la télévision parlent davantage des chefs que de tout autre sujet dans leur analyse du débat, alors que les journalistes de la presse écrite priorisent l'étude du style et de la performance des participants à l'émission. À l'écoute du Téléjournal du 13 mars 2007, nous avons noté 240 références aux chefs, contre 57 références aux

éléments factuels, 59 références aux thèmes de l'affrontement télévisé, 30 références au style des candidats, 36 références à leur performance et 2 références aux sondages. On peut interpréter cette prédominance des chefs dans la couverture médiatique de l'émission comme une conséquence de l'importance de l'image pour le médium télévisuel. Comme son nom l'indique, la télévision met l'accent sur le côté visuel d'une information. Comme il est difficile de montrer un parti politique en images, on réfère souvent à son principal symbole pour le représenter à la télévision: son chef (*voir art. 2.2.3*). Comme le dirigeant d'une formation politique est censé incarner son parti, il est normal qu'il en soit le symbole principal. C'est pourquoi il occupe un grand espace dans le traitement journalistique du débat des chefs. Toutefois, un problème subsiste lorsque le chef demeure le seul élément dont les journalistes parlent à propos d'un parti. Ce faisant, ils évaluent davantage les qualités et la personnalité du leader politique et évacuent le programme du parti de leur couverture médiatique.

Notre étude montre donc de nombreuses similitudes entre la couverture médiatique du débat des chefs dans les journaux et celle réalisée à la télévision. Ce constat s'avère peu surprenant si l'on tient compte du fait que l'émission demeure un événement télévisuel. Ainsi, les journalistes de la presse écrite tendent à se conformer au style de traitement médiatique produit par leurs collègues de la télévision. Plus encore, les spécialistes de l'information affectés à la couverture de la télévision dans les journaux analysent eux aussi le débat. Ce dernier n'apparaît donc plus comme un exercice démocratique important nécessitant une évaluation plus approfondie, mais comme un événement télévisuel tel n'importe quel autre.

L'étude de l'affrontement discursif faite par les spécialistes de la télévision ressemble à celle des journalistes qui ne couvrent pas la télévision. Tout comme les textes visant à analyser le déroulement du débat, on y reprend les éléments les plus spectaculaires de l'émission, les moments où chaque candidat a été plus dominant et plus défensif ainsi que des commentaires sur leur attitude et leur apparence physique. Par exemple, un article de Louise Cousineau, analyste de la télévision pour *La Presse*, publié le lendemain de l'événement télévisuel, retient les mêmes éléments que ceux des analystes politiques, à savoir les questions d'André Boisclair à Mario Dumont sur la marge de manœuvre du Québec, le document sur le viaduc de la Concorde exhibé par le chef de l'ADQ et l'attitude calme et posée de Jean Charest, pour ne citer que ces exemples (Cousineau, 2007, p. A10). Ainsi, il apparaît que la télévision influence la couverture journalistique du débat des chefs effectuée dans les journaux imprimés, d'où la ressemblance entre les analyses des deux types de médias.

En résumé, une multitude d'éléments factuels ont été rapportés par les journalistes issus des de la presse écrite et de la télévision. Toutefois, ceux dont on a davantage parlé relèvent surtout de l'aspect spectaculaire et compétitif de l'émission. De plus, certains des thèmes débattus lors du débat ont fait l'objet d'un plus grand traitement médiatique que les autres. Les journalistes se sont plus intéressés à la gestion de l'État et l'économie, à l'avenir politique du Québec et à la santé et la mission sociale qu'à l'environnement et le développement durable ainsi qu'à l'éducation, la famille et le développement humain. Les chefs de partis font eux aussi l'objet d'une couverture médiatique inégale. En effet, les spécialistes de l'information des deux médias ont accordé plus d'importance à Mario Dumont qu'à n'importe quel autre chef. Toutefois, le deuxième chef à avoir davantage de visibilité médiatique est Jean Charest dans les analyses écrites, alors qu'il s'agit d'André Boisclair dans les productions télévisuelles. De plus, on remarque qu'à la télévision, c'est le thème des chefs de partis qui a été le plus abordé, alors que dans les journaux, les journalistes ont traité du style et de la performance des candidats plus que tout autre sujet.

L'analyse du style et de la performance des chefs demeure tout de même plus importante dans les productions des deux types de médias que les informations factuelles à propos du débat des chefs. Les sondages semblent aussi occuper une grande place, particulièrement dans la presse écrite, et paraissent influencer l'analyse que font les journalistes de l'affrontement télévisé. Beaucoup de journalistes de la presse écrite appuient également leur évaluation du débat des chefs sur des critères qu'ils ont eux-mêmes préalablement fixés dans des articles publiés avant l'émission.

Finalement, il existe une différence de traitement entre les différents journaux à l'étude. The Gazette a surtout rapporté des éléments factuels en lien avec le débat. La Presse s'est davantage consacrée au style et à la performance des politiciens dans les articles faisant état de l'émission. Le Devoir, quant à lui, donne une plus grande importance aux sondages dans les textes publiés après le débat, mais pas dans ceux diffusés avant sa tenue. Ainsi, nos résultats établissent avec certitude que l'action conjuguée des relationnistes, de certaines logiques du monde médiatique et de la forme du débat fait que les journalistes québécois tendent à couvrir le débat des chefs comme un événement sportif, cherchant à déclarer quel chef en est ressorti gagnant. Ce faisant, ils délaissent ce pour quoi le débat des chefs a, à l'origine, été établi: comparer les programmes des différentes formations politiques de la province.

CONCLUSION

Le présent mémoire visait à cerner la façon dont les médias québécois traitent du débat des chefs. Il a permis de soulever de nombreux questionnements. Quels thèmes demeurent les plus abordés par les journalistes à propos du débat des chefs? Quels sont les acteurs et les processus en cause dans cette problématique? Quel rôle y jouent-ils? À la lumière de notre analyse, nous pouvons affirmer sans aucun doute que le traitement journalistique de l'affrontement télévisé étudie davantage le style et la performance des chefs que les propos qu'ils y ont tenus. De plus, les moments du débat dont on a parlé le plus souvent dans les médias demeurent ceux relevant du spectaculaire et du compétitif. En parcourant l'histoire du débat des chefs au Canada et au Québec, plusieurs signes de cette logique médiatique pouvaient déjà être visibles (*voir* chap. 1).

Toutefois, c'est vraiment en effectuant la synthèse des écrits réalisés sur le sujet qu'il a été possible de concevoir que le traitement médiatique du débat des chefs est surtout dédié à l'analyse du comportement, de l'apparence physique et de l'efficacité des stratégies des politiciens, ainsi que de leurs moments les plus divertissants (*voir* chap. 2). Finalement, une étude de cas se penchant sur le débat des chefs québécois du 13 mars 2007 a permis d'ancrer les phénomènes observés au contexte particulier de la province (*voir* chap. 3). En effet, la littérature disponible sur la situation du Québec s'est avérée peu abondante. En examinant les articles publiés entre le 1^{er} et le 31 mars 2007 dans *The Gazette*, *La Presse* et *Le Devoir*, ainsi qu'au *Téléjournal de 22 heures* diffusé le 13 mars 2007 à Radio-Canada, nous avons pu déterminer de quelle façon se définit la couverture médiatique du débat des chefs au Québec.

Les spécialistes de l'information, plus particulièrement ceux de la presse écrite, résument généralement assez fidèlement les propos tenus lors de l'émission dans leurs productions médiatiques. Toutefois, ils tendent à mettre l'emphasis sur le caractère spectaculaire et compétitif de ces nouvelles au détriment de la valeur informationnelle des idées proposées par les politiciens. De surcroît, les journalistes, tant à la télévision que dans les journaux, ne traitent pas des thèmes débattus lors de l'émission ni des différents chefs présents de façon égale bien que le temps alloué à chacun d'eux durant le débat soit équivalent. Dans leurs analyses, ils mettent davantage l'accent sur le style et la performance des chefs que sur les informations factuelles reliées au débat. Dans les journaux

imprimés, ils semblent aussi accorder une grande importance aux sondages et appuient même leur évaluation de l'émission sur ces derniers.

Ces différences entre le débat des chefs et sa couverture médiatique paraissent provenir de l'action conjuguée de divers acteurs et processus. Tout d'abord, certains facteurs inhérents à la profession de journaliste et au monde médiatique en général peuvent influencer la couverture médiatique que font les spécialistes de l'information du débat des chefs. La conception actuelle de l'image basée sur l'immédiateté et l'absence de distance critique fait que le traitement journalistique de l'affrontement télévisé s'appauvrit. Il relève désormais davantage du commentaire sportif et de la critique de théâtre que de l'analyse politique, car la distance critique nécessaire à une réflexion approfondie apparaît désormais inexistante. Les exigences de production des journalistes, telles que la rapidité d'exécution et l'augmentation constante du nombre d'informations devant être livrées au public, exacerbent ce phénomène. Les journalistes ont alors peu de temps pour développer leur analyse et mettre en contexte les idées qu'ils avancent. La concurrence entre les réseaux médiatiques amplifiera elle aussi ce problème. En effet, elle encourage la multiplication des informations présentées par les journalistes et met l'emphasis sur le caractère spectaculaire d'une nouvelle afin d'attirer davantage de lecteurs et de téléspectateurs.

De plus, les relationnistes vont eux aussi influencer le traitement journalistique du débat des chefs. Le va-et-vient des professionnels entre le milieu politique et journalistique peut influencer la couverture médiatique du débat. Par exemple, les ex-politiciens devenus journalistes peuvent favoriser leur ancienne formation politique dans leur analyse de l'affrontement télévisé. L'embauche de conseillers de l'image par les chefs de partis peut aussi avoir un effet sur l'évaluation que font les journalistes de l'émission. En mettant eux-mêmes l'emphasis sur leur image, les politiciens incitent les spécialistes de l'information à faire de même. Comme ils considèrent aujourd'hui qu'une image renferme en elle-même la réalité, cette image, pourtant construite de toutes pièces, en vient à être perçue par les journalistes comme la réelle personnalité du chef de parti. De surcroît, l'usage de techniques de relations publiques pendant le débat par les dirigeants de formations politiques amène les journalistes à déterminer si ces stratégies ont été efficaces lors de leur analyse de l'affrontement télévisé. La victoire du débat sera donnée à celui qui a le plus impressionné les médias avec ses tactiques de relations publiques plutôt qu'à celui qui a les meilleures idées.

Les relationnistes tentent également d'entrer directement en contact avec les journalistes afin d'influer sur leur analyse du débat des chefs. Avant le débat, ils peuvent créer des attentes envers leur candidat ou ses adversaires chez les spécialistes de l'information. Plus les attentes sont basses envers un politicien, plus les réactions face à sa performance risquent d'être bonnes. Après l'émission, les relationnistes cherchent parfois à mettre l'emphasis sur un détail particulier du débat dans le but de valoriser leur client ou à publier directement des communiqués rédigés de leur main dans les journaux.

Finalement, la forme du débat des chefs peut avoir une incidence sur son traitement journalistique. Les différents partis politiques québécois y sont représentés par leur chef. Ce faisant, l'accent est mis sur les leaders des formations politiques de la province et sur leur personnalité. Les journalistes se retrouvent donc souvent à s'attarder sur les traits de caractère des chefs et sur l'aspect compétitif du débat dans leurs productions médiatiques. Ils cherchent à déterminer qui gagnera, et non pas qui a les meilleures idées. De plus, les interventions des politiciens présents au débat ne durent pas plus de quelques minutes, ce qui laisse peu de place aux arguments bien étayés. Puisque les propos tenus par les chefs manquent souvent de substance, les journalistes n'ont d'autre choix que de parler davantage de style que d'idées lors de leur évaluation de l'affrontement télévisé. Le fait que le débat soit diffusé en direct joue aussi un rôle dans le traitement médiatique de l'émission. Les chances de dérapages des candidats demeurent plus grandes lorsque le débat est transmis en direct. Cela crée une pression supplémentaire sur les participants. Conséquemment, les journalistes s'attardent souvent à la capacité des chefs de gérer ce stress additionnel plutôt que de relater les propos qu'ils ont tenus lors de l'émission.

Les règles du débat font l'objet d'une négociation entre les partis politiques représentés à l'affrontement télévisé et le consortium des télédiffuseurs. Ces pourparlers eux-mêmes font l'objet d'une grande couverture médiatique, un peu à la manière de la revue de tournage (*making of*) d'un film. Le choix des thèmes débattus lors de l'émission peut avantager ou désavantager un candidat en particulier, ce dont on fera état dans les médias. De cette façon, les journalistes se retrouveront à traiter davantage d'un thème et/ou d'un candidat, ce qui ne reflète pas fidèlement le déroulement du débat des chefs. Pour toutes ces raisons, il semble que le traitement médiatique du débat des chefs délaisse le contenu informationnel au profit d'une analyse du style, de la performance et des moments spectaculaires de l'événement. Autrement dit, la logique du spectacle prime sur celle de l'information. On peut dès lors légitimement se demander en quoi un tel exercice est de nature à enrichir le débat démocratique.

APPENDICE A

LISTE DES PERSONNES NON JOURNALISTES AYANT TRAITÉ DU DÉBAT DANS LES MÉDIAS À L'ÉTUDE

The Gazette

- Anne Marineau (co-fondatrice de l'agence de consultation en image Mona Marino)
- Jean-Marc Léger (sondeur)
- Nik Nanos (sondeur)

Le Devoir

- Denis Monière (professeur en science politique à l'Université de Montréal, ancien militant du Parti québécois et fondateur du Parti nationaliste du Québec et du Parti indépendantiste)
- André Larocque (ex-sous ministre à la réforme des institutions démocratiques et candidat du Parti vert dans Louis-Hébert aux élections provinciales de 2007)
- Jean-François Dumas (président d'Influence Communication)
- Christian Désilets (ancien directeur général de Cossette à Québec et professeur en communication à l'Université Laval)
- Richard Nadeau (professeur en science politique à l'Université de Montréal)
- Guy Laforest (politologue à l'Université Laval et ancien président de l'ADQ)
- Jean-Marc Léger (sondeur de Léger Marketing)
- Marianne Di Croce (étudiante à la maîtrise en philosophie à l'UQÀM et professeur au Cégep de Saint-Jérôme)
- Réjean Pelletier (politologue à l'Université Laval)
- Greg Morrow (chercheur et animateur du site Democratic Space)
- Sophie Mathieu (doctorante en sociologie à l'Université Carleton)
- Jacques Rivet (professeur titulaire au département d'information et de communication à l'Université Laval)
- Jean-Herman Guay (politologue de l'Université de Sherbrooke)
- Pierre Drouilly (sociologue de l'UQÀM)

- Jean-François Lisée (auteur, analyste politique et ancien conseiller des premiers ministres et chefs du PQ Jacques Parizeau et Lucien Bouchard)
- John Parisella (professeur associé à l'Université Concordia, ancien directeur général du Parti libéral du Québec et conseiller du premier ministre et chef du Parti libéral Jean Charest)
- Marie Grégoire (ancienne députée adéquate du comté de Berthier)
- Michel Fréchette (communicateur-conseil, ancien conseiller de Paul Martin)
- Thierry Giasson (professeur adjoint au département d'information et communication de l'Université Laval et professeur invité à l'Université Western Washington)
- Maurice Leroux (conseiller en télévision de Jean Lesage)

La Presse

- Jean-Herman Guay (politologue à l'Université de Sherbrooke)
- Jacques Wilkins (consultant en communication et ancien directeur des communications au cabinet du premier ministre Bernard Landry)
- Jean-Claude Rivest (ancien conseiller de Robert Bourassa et sénateur libéral)
- Dominic Desroches (professeur de philosophie au collège d'Ahuntsic et au collège de Rosemont)
- Martin Provencher (professeur de philosophie au collège d'Ahuntsic et au collège de Rosemont)
- Jean-François Dumas (président d'Influence Communication)
- André A. Lafrance (professeur de communication à l'Université de Montréal)
- Florian Sauvageau (professeur spécialiste des médias à l'Université Laval)
- Marc-François Bernier (professeur de journalisme à l'Université d'Ottawa)
- Marc Bellemare (avocat et ancien ministre de la Justice pendant le mandat de Jean Charest)
- Michel Tremblay (vice-président de D2-Communications Marketing)
- Marc Simard (professeur d'histoire au cégep François-Xavier-Garneau)
- Nik Nanos (président de SES Research)
- Claire Durand (chercheuse sur la méthodologie des sondages à l'Université de Montréal)
- Martine Tremblay (ancienne directrice du cabinet de René Lévesque, ancienne haute fonctionnaire, conseillère spéciale en affaires publiques et analyse stratégique chez HKDP et membre du conseil du Centre d'études et de recherches internationales)
- François Pratte (ancien candidat de l'Action démocratique du Québec en 2003)

- Liza Frulla (professeure associée à l'Université de Sherbrooke, présidente de Canal Évasion, ancienne ministre de la Culture et des Communications à l'Assemblée nationale et ancienne ministre du Développement social et ancienne ministre du Patrimoine à Ottawa)
- Antonia Maioni (politologue et directrice du Centre d'études canadiennes de l'Université McGill)
- Pierre Léonard (président de la Société des designers graphiques du Québec et consultant en image de marque)
- Thierry Giasson (professeur adjoint au département d'information et communication de l'Université Laval et professeur invité à l'Université Western Washington)
- Pascale Dufour (professeure adjointe au département de science politique de l'Université de Montréal)
- Marc Robichaud (président fondateur et chef de la création de Triomphe marketing et communication et l'un des créateurs de la Société des communicateurs de Québec)
- Claude Gauthier (directeur de CROP)
- Luc Godbout (professeur de sciences comptables et de fiscalité à l'Université de Sherbrooke)

Le Téléjournal

- Josée Legault (journaliste à The Gazette)
- Bernard St-Laurent (journaliste à CBC Radio)
- Michel David (journaliste au Devoir)
- Michèle Bazin (vice-présidente des affaires publiques chez Juste pour rire et ancienne conseillère politique sur les débats des chefs)
- Luc Dupont (professeur en communication à l'Université d'Ottawa)

APPENDICE B

LISTE DES MANCHETTES DES JOURNAUX À L'ÉTUDE PUBLIÉES APRÈS LA TENUE DU DÉBAT

The Gazette

- «Overpass charges dispute» (Andy Riga, Hubert Bauch, Kevin Dougherty et Philip Authier, 15 mars 2007, p. A1)
- «Election is anyone's to win: poll» (16 mars 2007, p. A1)

Le Devoir

- «Avantage au PQ» (Michel David, 14 mars 2007, p. A1)
- «Boisclair tire son épingle du jeu» (Antoine Robitaille, 14 mars 2007, p. A1)
- «Boisclair exhorte les souverainistes à se rallier» (Antoine Robitaille et Clairandree Cauchy, 15 mars 2007, p. A1)
- «Després n'a jamais vu les notes de service» (Robert Dutrisac, 15 mars 2007, p. A1)
- «Et la culture?» (Stéphane Baillargeon, 16 mars 2007, p. A1)
- «Les châteaux forts s'effritent» (Antoine Robitaille, 17 mars 2007, p. A1)
- «De la certitude à l'inquiétude» (Kathleen Lévesque, 24 mars 2007, p. A1)
- «Du tumulte à l'espoir» (Antoine Robitaille, 24 mars 2007, p. A1)

La Presse

- «Et le gagnant est...» (14 mars 2007, p. A1)
- «Une soirée d'escarmouches» (14 mars 2007, p. A1)
- «Dumont ébranle Charest» (Denis Lessard, 14 mars 2007, p. A2-A3)
- «Mario en feu» (Vincent Marissal, 14 mars 2007, p. A7)
- «Charest, sans lustre» (Yves Boisvert, 14 mars 2007, p. A8)
- «Boisclair ressuscite» (Patrick Lagacé, 14 mars 2007, p. A11)
- «Les Québécois ont gagné» (André Pratte, 14 mars 2007, p. A28)
- «Charest accuse Dumont de malhonnêteté» (15 mars 2007, p. A1)
- «L'ADQ réclame la démission du ministre des transports» (15 mars 2007, p. A1)

- «Le chef adéquiste se confie à Denis Lessard» (15 mars 2007, p. A1)
- «Le viaduc de la discorde» (15 mars 2007, p. A1)
- «La bataille de Québec» (Denis Lessard, 21 mars 2007, p. A2-A3)
- «Québec: le mystère est jeune» (Yves Boisvert, 21 mars 2007, p. A5)

APPENDICE C

LISTE DES TITRES DES ARTICLES À L'ÉTUDE TRAITANT D'ÉLÉMENTS PLUS FACTUELS RELATIFS AU DÉBAT PUBLIÉS APRÈS SA TENUE

The Gazette

- «Insults spice battle» (Hubert Bauch, 14 mars 2007)
- «Dumont slammed for overpass surprise» (Kevin Dougherty, 14 mars 2007)
- «Dumont demands transport minister's resignation» (Hubert Bauch, 14 mars 2007)
- «Economy sold short in this campaign» (Peter Hadekel, 14 mars 2007)
- «Overpass charges dispute» (Andy Riga, Hubert Bauch, Kevin Dougherty et Philip Authier, 15 mars 2007, p. A1)
- «Our figures do add up: ADQ chief» (Hubert Bauch, 15 mars 2007, p. A10)
- «Credit for ending fiscal imbalance won't be premier's: Dumont» (Hubert Bauch, 16 mars 2007, p. A9)
- «Charest's TV spot won't spark much talk» (Hubert Bauch, 19 mars 2007, p. A11)

Le Devoir

- «La culture a été évacuée de la campagne électorale, déplorent les artistes» (Isabelle Porter, 14 mars 2007, p. A3)
- «Lucien Bouchard se garde bien de jouer le rôle de belle-mère» (Sylvain Larocque, 14 mars 2007, p. A4)
- «Le débat des chefs a attiré 1,7 million de téléspectateurs» (Paul Cauchon, 15 mars 2007, p. B8)
- «Et la culture?» (Stéphane Baillargeon, 16 mars 2007, p. A1)
- «L'ADISQ veut des sous» (Stéphane Baillargeon, 17 mars 2007, p. A4)
- «Le casse-tête de l'opposition» (Alec Castonguay, 17 mars 2007, p. B1)
- «Québec solidaire est là pour rester» (Clairandree Cauchy, 27 mars 2007, p. A2)

La Presse

- «Ce qu'ils ont dit» (14 mars 2007, p. A3)
- «Trois solitudes» (Paul Roy, 14 mars 2007, p. A7)
- «Qui dit vrai?» (Mario Girard, 14 mars 2007, p. A8)
- «L'épreuve des faits» (Sébastien Rodrigue, 15 mars 2007, p. A2)
- «L'épreuve des faits» (Sébastien Rodrigue, 15 mars 2007, p. A7)
- «Le chiffre de 1,7 milliards soulève des doutes» (Hugo De Grandpré, 15 mars 2007, p. A9)
- «Le ras-le-bol du milieu culturel » (Nathàëlle Morissette, 15 mars 2007, Arts et spectacles, p. 6)
- «Le débat des chefs attire moins qu'avant» (Mario Cloutier, 15 mars 2007, Arts et spectacles, p. 7)
- «La campagne en direct» (17 mars 2007, p. A7)
- «Télescope» (Hugo Dumas, 18 mars 2007, Radar, p. 3)
- «Bilan de campagne électorale» (Le Quotidien, 24 mars 2007, p. A14)
- «Johnson et Couture appelés à se récuser» (Bruno Bisson, 29 mars 2007, p. A16)

APPENDICE D

LISTE DES JOURNALISTES SPÉCIALISTES EN ANALYSE POLITIQUE AYANT TRAITÉ DU DÉBAT APRÈS SA TENUE DANS LES MÉDIAS À L'ÉTUDE

The Gazette

- Philip Authier
- L. Ian Macdonald
- Josée Legault
- Kevin Dougherty
- Hubert Bauch
- Don Macpherson

Le Devoir

- Alec Castongauy
- Antoine Robitaille
- Gil Courtemanche
- Michel David
- Kathleen Lévesque

La Presse

- André Pratte
- Lysiane Gagnon
- Denis Lessard
- Vincent Marissal
- Yves Boisvert
- Malorie Beauchemin
- Tommy Chouinard
- Sébastien Rodrigue

Le Téléjournal

- Pierre Duchesne

APPENDICE E

LISTE DES TITRES DES ÉDITORIAUX, CHRONIQUES ET TEXTES D'OPINION PUBLIÉS DANS LES JOURNAUX À L'ÉTUDE

The Gazette

Éditoriaux

- «Relax, Andre, it's your last chance» (Don Macpherson, 13 mars 2007, p. A23)
- «Could anyone have learned anything from Tuesday's bafflegab? It's debatable» (Josh Freed, 17 mars 2007, p. A2)
- «Gaffes and polls are pushing the real problems to the margins» (Henry Aubin, 17 mars 2007, p. B7)
- «Parti Québécois leader might be insensitive, but he's no racist» (Don Macpherson, 17 mars 2007, p. B7)

Chroniques

- «Red riding 'hood: They might be taken for granted, but these voters won't rock the boat» (James Mennie, 14 mars 2007)
- «What voters really wanted? A good old-fashioned brawl» (Mike Boone, 14 mars 2007)
- «Reasonable accommodation never far beneath the surface» (James Mennie, 17 mars 2007, p. A6)
- «Who'll win? Wait and see tomorrow» (Norman Webster, 25 mars 2007, p. A21)

Textes d'opinion écrits par des personnes de l'externe

- «True debate is between lucides and solidaires» (15 mars 2007, p. A15)

Le Devoir

Éditoriaux

- «Chacun son métier» (Christian Rioux, 9 mars 2007, p. A3)
- «Lunettes roses et lunettes noires» (Bernard Descôteaux, 9 mars 2007, p. A8)
- «La vérité refoulée» (Jean-Robert Sansfaçon, 13 mars 2007, p. A6)
- «Méfions-nous» (Bernard Descôteaux, 15 mars 2007, p. A6)

Chroniques

- «Vraiment?» (Jean Dion, 8 mars 2007, p. B6)
- «Toute» (Jean Dion, 17 mars 2007, p. B2)
- «La piquûre» (Denise Bombardier, 17 mars 2007, p. B5)
- «Lassitude, dites-vous?» (Paul Cauchon, 19 mars 2007, p. B7)

Textes d'opinion écrits par des personnes de l'externe

- «Qui doit participer au débat des chefs?» (Denis Monière, 3 mars 2007)
- «Le débat des chefs passera à côté de l'essentiel» (André Larocque, 6 mars 2007, p. A7)
- «ADQ: la politique familiale aidera-t-elle toutes les familles?» (Sophie Mathieu, 22 mars 2007)
- «Les journalistes, acteurs politiques» (Jacques Rivet, 27 mars 2007, p. A9)

La Presse

Éditoriaux

- «Les Québécois ont gagné» (André Pratte, 14 mars 2007, p. A28)
- «Promesses envolées» (Lysiane Gagnon, 15 mars 2007, p. A27)
- «À chacun ses lapins» (André Pratte, 16 mars 2007, p. A20)

Chroniques

- «En attendant Flaherty... et Harper» (Pierre-Paul Gagné, 18 mars 2007, p. A15)

Textes d'opinion écrits par des personnes de l'externe

- «Encore la question nationale» (Liza Frulla, 1^{er} mars 2007, p. A21)
- «Le vote antisystème» (Jean-Herman Guay, 6 mars 2007, p. A21)
- «Le moment de vérité» (Liza Frulla, 8 mars 2007, p. A23)
- «La loi des plus forts» (Alain Dubuc, 11 mars 2007, p. A13)

- «Le débat des mal-aimés» (Jean-Herman Guay, 13 mars 2007, p. A23)
- «L'or à Dumont, l'argent à Boisclair» (Michel C. Auger, 14 mars 2007, p. A27)
- «Un malaise persiste» (Jean-Claude Rivest, 14 mars 2007, p. A27)
- «Un match nul» (Jacques Wilkins, 14 mars 2007, p. A27)
- «Un bon débat, sans K-O» (Alain Dubuc, 14 mars 2007, p. A29)
- «Les médias-acteurs» (Dominic Desroches et Martin Provencher, 15 mars 2007, p. A27)
- «Intervention regrettable» (Marc Bellemare, 16 mars 2007, p. A20)
- «L'autre Mario Dumont» (Alain Dubuc, 16 mars 2007, p. A21)
- «Mario Duplessis» (Marc Simard, 17 mars 2007, p. A8)
- «Le double échec de M. Boisclair» (Alain Dubuc, 23 mars 2007, p. A21)
- «La partie nulle de Jean Charest» (Alain Dubuc, 24 mars 2007, p. PLUS6)
- «L'éclatement du nationalisme» (Jean-Herman Guay, 25 mars 2007, p. A15)
- «De gros problèmes» (Martine Tremblay, 27 mars 2007, p. A31)
- «Un mystère?» (François Pratte, 28 mars 2007, p. A27)

BIBLIOGRAPHIE

Livres

- Bernays, Edward L. 1961. *Crystallizing Public Opinion*. New York: Liveright Publishing Corporation, 219 p.
- Boorstin, Daniel J. 1963. *L'Image ou ce qu'il advint du Rêve Américain*. Traduit de l'anglais par Janine Claude. Paris: René Julliard, 325 p.
- Charron, Jean, Jacques Lemieux et Florian Sauvageau (dir. publ.). 1991. *Les journalistes, les médias et leurs sources*. Boucherville (Qué.): Gaëtan Morin éditeur, 237 p.
- Dayan, Daniel, et Elihu Katz. 1992. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge (MA): Harvard University Press, 306 p.
- Ewen, Stuart. 1996. *PR!: A Social History of Spin*. New York: Basic Books, 480 p.
- Gabler, Neal. 1998. *Life: The Movie*. New York: Vintage Books, 303 p.
- Lasch, Christopher. 2001. *Culture de masse ou culture populaire?*. Castelnau-le-Lez (Fr.): Climats, 80 p.
- Leconte, Bernard. 2005. *Images politiques: À propos de quelques prestations télévisées*. Paris: L'Harmattan, 107 p.
- Monière, Denis. 1992. *Le combat des chefs: Analyse des débats télévisés au Canada*. Montréal: Québec/Amérique, 284 p.
- Postman, Neil. 1985. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Penguin Books, 184 p.
- Rouquette, Sébastien. 2002. *Vie et mort des débats télévisés 1958-2000*. Bruxelles: De Boeck, 251 p.
- Trent, Judith S., et Robert V. Friedenberg. 1983. *Political Campaign Communication: Principles and Practices*. New York: Praeger Publishers, 319 p.

Chapitres de livres

- Blondiaux, Loïc. 2003. «L'opinion publique». In *La communication politique: État des savoirs, enjeux et perspectives*, sous la dir. d'Anne-Marie Gingras, p. 137-158. Sainte-Foy (Qué.): Presses de l'Université du Québec.

- Cater, Douglass. 1968. «Notes from Backstage». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 127-131. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Charland, Maurice. 2003. «Le langage politique». In *La communication politique: État des savoirs, enjeux et perspectives*, sous la dir. d'Anne-Marie Gingras, p. 67-91. Sainte-Foy (Qué.): Presses de l'Université du Québec.
- Franklin, Bob. 1992. «Televising the British House of Commons: issues and developments». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 3-28. Londres: Routledge.
- Gray, James Leaton. 1992. «The committees and the cameras: Romeo and Juliet or Cinderella and Prince Charming?». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 60-82. Londres: Routledge.
- Grist, John. 1992. ««As long as a piece of string»: the role of the Supervisor of Broadcasting». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 29-40. Londres: Routledge.
- Katz, Elihu, et Jacob J. Feldman. 1968. «The Debates in the Light of Research: A Survey of Surveys». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 173-223. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Kennedy, Charles, et Caroline Culey. 1992. «Televising the Commons: the view from the third party». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 116-126. Londres: Routledge.
- Lang, Kurt, et Gladys Engel Lang. 1968. «Reactions of Viewers». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 313-330. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Laswell, Harold D. 1968. «Introduction». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 19-24. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Lebel, Estelle. 2003. «L'image politique». In *La communication politique: État des savoirs, enjeux et perspectives*, sous la dir. d'Anne-Marie Gingras, p. 93-135. Sainte-Foy (Qué.): Presses de l'Université du Québec.
- Lubell, Samuel. 1968. «Personalities vs. Issues». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 151-162. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Nadeau, Richard, et Frédérick C. Bastien. 2003. «La communication électorale». In *La communication politique: État des savoirs, enjeux et perspectives*, sous la dir. d'Anne-Marie Gingras, p. 159-188. Sainte-Foy (Qué.): Presses de l'Université du Québec.
- Schatz, Heribert. 1992. «Televising the Bundestag». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 234-253. Londres: Routledge.
- Seldes, Gilbert. 1968. «The Future of National Debates». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 163-169. Gloucester (Mass.): Peter Smith.

- Seltz, Herbert A., et Richard D. Yoakam. 1968. «Production Diary of the Debates». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 73-126. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Siepmann, Charles A. 1968. «Were They «Great»?». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 132-141. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Sloterdijk, Peter. 1987. «École de l'arbitraire: Cynisme de l'information - La presse». In *Critique de la raison cynique*, p. 382-392. Paris: Christian Bourgois.
- Stanton, Frank. 1968. «A CBS View». In *The Great Debates: Background – Perspective – Effects*, sous la dir. de Sidney Kraus, p. 65-72. Gloucester (Mass.): Peter Smith.
- Tutt, Brian. 1992. «Televising the Commons: a full, balanced and fair account of the work of the House». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. 129-148. Londres: Routledge.
- Weatherill, Bernard. 1992. «Foreword». In *Televising democracies*, sous la dir. de Bob Franklin, p. xiii-xvi. Londres: Routledge.

Mémoire

- Carrier, Ann. 2000. «La communication démocratique et la presse américaine: des conversations républicaines de 1765, aux conversations interactives de 2000». Mémoire de la maîtrise en communication, Montréal, Université du Québec à Montréal, 114 p.

Articles de revues

- Bastien, Frédérick C. 2004. «Branchés, informés et engagés? Les Canadiens, Internet et l'élection fédérale de 2000». *Politique et Sociétés*, vol. 23, no 1, p. 171-191.
- Bernays, Edward L. 1947. «The Engineering of Consent». *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 250, (mars), p. 113-120.
- Dionne, Yvon. 2003. «Pour quel parti ne pas voter le 14 avril». *Le Québécois Libre*, no 123 (12 avril).
- Farnsworth, Stephen J., Blake Andrew, Stuart Soroka et Antonia Maioni. 2007. «The media: all horse race, all the time». *Options politiques*, (avril), p. 62-68.
- Giasson, Thierry. 2006. «La préparation visuelle des leaders politiques. Le cas du débat télévisé francophone de l'élection parlementaire fédérale canadienne». *Questions de communication*, no 9, p. 357-382.
- Giasson, Thierry, Richard Nadeau et Éric Bélanger. 2005. «Débats télévisés et évaluations des candidats: la représentation visuelle des politiciens canadiens agit-elle dans la formation des

préférences des électeurs québécois?». *Revue canadienne de science politique*, vol. 38, no 4 (décembre), p. 867-895.

Gidengil, Elisabeth, et Joanna Everitt. 1999. «Metaphors and Misrepresentation: Gendered Mediation in News Coverage of the 1993 Canadian Leaders' Debates». *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 4, no 1, p. 48-65.

Gosselin, André, et Gilles Gauthier. 1995. «Les arguments de causalité et de conséquence dans les débats politiques télévisés: l'exemple du débat des chefs lors des élections canadiennes de 1993». *Revue québécoise de science politique*, no 27 (printemps), p. 149-174.

Lanthier, Sylviane. 2008. «Souvenirs électoraux». *La Liberté*, vol. 95, no 23 (17 septembre).

Articles de journaux

Beauchemin, Malorie. «Dumont s'attend à recevoir les coups». *La Presse* (Montréal), 13 mars, p. A4.

Bédard, Michel. 2008. «Enfin de vrais débats». *La Vie rurale* (Montréal), 15 septembre.

Bélanger, Éric, et Jean-François Godbout. 2004. «Popularité, économie et résultats électoraux au Canada – Les libéraux usés, mais encore au pouvoir». *Le Devoir* (Montréal), 15 juin.

Bouchard, Dany. 2007. «Dumont sauve le spectacle». *Le Journal de Montréal* (Montréal), 14 mars.

-----, 2007. «La ministre conteste sa mise à pied de la SRC». *Le Journal de Montréal* (Montréal), 14 juin.

-----, 2007. «Le test oratoire, une tradition depuis 45 ans». *Le Journal de Montréal* (Montréal), 11 mars.

Brassard-Lecours, Gabrielle. 2008. «Débat des chefs: un exemple à suivre». *Le Soleil* (Québec), 15 septembre.

Coudé-Lord, Michelle. 2005. «Quatre chefs, deux femmes». *Le Journal de Montréal* (Montréal), 12 janvier.

Cousineau, Louise. 2007. «Le débat n'a rien réglé». *La Presse* (Montréal), 14 mars, p. A10.

David, Michel. 2004. «Toujours vivant». *Le Devoir* (Montréal), 15 juin.

-----, 2007. «Avantage au PQ». *Le Devoir* (Montréal), 14 mars, p. A1.

Deglise, Fabien. 2008. «Québec Solidaire et le Parti vert veulent une place au débat des chefs». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} octobre.

-----, 2007. «L'ADQ pourrait devancer le PQ». *Le Devoir* (Montréal), 1^{er} mars, p. A1.

de Grandpré, Hugo. 2007. «Parler de santé sans s'ennuyer». *La Presse* (Montréal), 13 mars, p. A4.

- Dubuc, Alain. 2007. «Un bon débat, sans K.-O.». *La Presse* (Montréal), 14 mars, p. A29.
- Dupuis-Deri, Francis. 2007. «Le devoir de philo – Jean-Jacques Rousseau serait abstentionniste». *Le Devoir* (Montréal), 9 juin, p. B6.
- Frulla, Liza. 2007. «Encore la question nationale». *La Presse* (Montréal), 1^{er} mars, p. A21.
- , 2007. «Le moment de vérité». *La Presse* (Montréal), 8 mars, p. A23.
- Gagnon, Lysiane. 2004. «Pas de coup marquant». *La Presse* (Montréal), 15 juin.
- Giroux, Raymond. 2004. «Premier débat des chefs: Duceppe confirme sa «pole position» ». *Le Soleil* (Québec), 15 juin.
- Lagacé, Patrick. 2007. «Boisclair ressuscite». *La Presse* (Montréal), 14 mars, p. A11)
- Lessard, Denis. 2004. «Duceppe le plus convaincant». *La Presse* (Montréal), 15 juin.
- , 2007. «Le PLQ talonné par ses rivaux». *La Presse* (Montréal), 10 mars, p. A2.
- , 2007. «Dumont ébranle Charest». *La Presse* (Montréal), 14 mars, p. A2-A3.
- , 2007. «Le «traumatisme de Varennes» donne le goût de voter». *La Presse* (Montréal), 21 mars, p. A3.
- Lisée, Jean-François, John Parisella et Marie Grégoire. 2007. «Québec 2007». *Le Devoir* (Montréal), 3 mars, p. B3.
- , 2007. «Québec 2007». *Le Devoir* (Montréal), 10 mars, p. B3.
- , 2007. «Québec 2007». *Le Devoir* (Montréal), 15 mars, p. A3.
- Lortie, Marie-Claude, Mario Girard, Alexandre Pratt et Sophie Cousineau. 2005. «Le débat des chefs – Nos journalistes évaluent la performance des chefs». *La Presse* (Montréal), 16 décembre
- Macpherson, Don. 2007. «Dumont skates to a win». *The Gazette* (Montréal), 14 mars
- , 2007. «Parti Québécois leader might be insensitive, but he's no racist». *The Gazette* (Montréal), 17 mars, p. B7.
- , 2007. «Relax, Andre, it's your last chance». *The Gazette* (Montréal), 13 mars, p. A23.
- Marissal, Vincent. 2007. «Points forts, points mous». *La Presse* (Montréal), 13 mars, p. A5.
- , 2007. «Mario en feu, Charest éteint». *La Presse* (Montréal), 14 mars, p. A7.
- Nadeau, Richard. 1998. «Les débats télévisés influencent-ils vraiment les électeurs?». *La Presse* (Montréal), 17 novembre, p. B3.

Nadeau, Richard, et Pierre Martin. 2004. «La course à la présidence des États-Unis s'accélère – Les débats de la dernière chance pour Kerry?». *Le Devoir* (Montréal), 30 septembre, p. A7.

Péloquin, Tristan. 2007. «Dumont a violé les règles du débat». *La Presse* (Montréal), 15 mars, p. A5.

Pratte, André. 2004. «La victoire de la démagogie». *La Presse* (Montréal), 15 juin.

Robitaille, Antoine. 2007 «Boisclair tire son épingle du jeu». *Le Devoir* (Montréal), 14 mars, p. A1.

Vastel, Michel. 2004. «Un débat «historique» ». *Le Soleil* (Québec), 15 juin.

2003. «Le débat des chefs aura lieu le 31 mars». *Le Devoir* (Montréal), 20 mars.

Sites Web

Assemblée Nationale. *Chronologie parlementaire*, [En ligne]. <http://www.assnat.qc.ca/FRA/patrimoine/chronologie/chrono36.html> (page consultée le 29 septembre 2008).

-----, Jean-Pierre Charbonneau, [En ligne]. <http://www.assnat.qc.ca/FRA/Membres/notices/c/chaj2.shtml> (page consultée le 7 novembre 2008).

-----, Liza Frulla, [En ligne]. <http://www.assnat.qc.ca/FRA/membres/notices/e-f/Frull.htm> (page consultée le 7 novembre 2008).

-----, Marie Grégoire, [En ligne]. <http://www.assnat.qc.ca/fra/membres/notices/g-i/grem4.shtml> (page consultée le 7 novembre 2008).

Baril, Daniel. *Des politiciens malmenés par les médias?*, [En ligne]. [http://www.forum.umontreal.ca/numeros/1996-1997/Forum96-10-15/...](http://www.forum.umontreal.ca/numeros/1996-1997/Forum96-10-15/) (page consultée le 25 juin 2008).

Bureau du commissaire à la magistrature fédérale. *Parti de la loi naturelle du Canada c. Société Radio-Canada (1^{re} inst.)*, [En ligne]. <http://reports.fja.gc.ca/fra/1993/1994cfa0342.html/1994cfa0342.html.html> (page consultée le 25 juin 2008).

Centre d'études et de recherches internationales. Jean-François Lisée, [En ligne]. <http://www.cerium.ca/Lisee-Jean-Francois> (page consultée le 16 février 2009).

Centre de recherche Décima. *Débat en anglais: Martin et Layton font meilleure figure que Harper*, [En ligne]. http://www.harrisdecima.ca/fr/pdf/news_release/051221F.pdf (page consultée le 25 septembre 2008).

Confédération des syndicats nationaux. *Les partis cochent à côté des attentes de l'électorat*, [En ligne]. <http://www.csn.qc.ca/Communique/CommNov98.html> (page consultée le 30 septembre 2008).

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. *Décision 1997 – Le débat des chefs avec le Très Hon. Jean Chrétien, L'hon. Jean Charest, M. Preston Manning, Mme Alexa McDonough et M. Gilles Duceppe*, [En ligne]. <http://www.stenotran.com/fr/tsb/db1f.htm> (page consultée le 15 août 2008).
- Conseil permanent de la jeunesse. *Un regard rétrospectif sur la campagne électorale provinciale 2003*, [En ligne]. http://www.cpj.gouv.qc.ca/fr/pdf/elect_prov.pdf (page consultée le 30 septembre 2008).
- Fédération des commissions scolaires du Québec. *Le débat des chefs: une grande déception pour la Fédération des commissions scolaires du Québec*, [En ligne]. <http://www.fcsq.qc.ca/Presse/communiques/1998/981118.html> (page consultée le 30 septembre 2008).
- Fédération interprofessionnelle de la santé du Québec. *La FIQ déplore l'absence de Québec Solidaire et du Parti Vert du Québec*, [En ligne]. http://www.fiqsante.qc.ca/communiques/communiques_prn.php?commu... (page consultée le 1^{er} octobre 2008).
- Fournier, Patrick, André Blais, Joanna Everitt, Elisabeth Gidengil et Neil Nevitte. *Pourquoi les Libéraux ont-ils perdu davantage de votes au Québec?*, [En ligne]. <http://ces-ec.mcgill.ca/documents/Perdu.pdf> (page consultée le 24 septembre 2008).
- Gouvernement du Canada. *1989 – Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis: Suppression des obstacles au commerce*, [En ligne]. <http://canadianeconomy.qc.ca/francais/economy/1989economic.html> (page consultée le 18 avril 2008).
- Hermans, Michel. *Élection américaines et médias*, [En ligne]. <http://www.presse.ulg.ac.be/eld/hermans191004.shtml> (page consultée le 13 mars 2007).
- Institut de la statistique. *Population totale, Québec, 1991-2004*, [En ligne]. http://www.stat.gouv.qc.ca/jeunesse/population/population_totale.htm (page consultée le 6 janvier 2008).
- L'Encyclopédie canadienne Historica. *Crédit social*, [En ligne]. <http://www.thecanadianencyclopedia.com/PrinterFriendly.cfm?Params=f1ARTf0007518> (page consultée le 27 janvier 2008).
- , *Relations publiques*, [En ligne]. <http://www.thecanadianencyclopedia.com/PrinterFriendly.cfm?Params...> (page consultée le 5 novembre 2008).
- LeBlanc, Jean-Pierre. *Brève histoire de la presse d'information au Québec*, [En ligne]. <http://www.reseau-crem.qc.ca> (page consultée le 1^{er} octobre 2008).
- Léger Marketing. *Opinion à l'égard du débat des chefs en anglais*, [En ligne]. <http://www.legermarketing.com/documents/pol/040617fr.pdf> (page consultée le 24 septembre 2008).

- , *Sondage politique fédéral*, [En ligne]. <http://www.legermarketing.com/documents/pol/040609fr.pdf> (page consultée le 24 septembre 2008).
- Lesage, Gilles. *L'élection provinciale de septembre 1994*, [En ligne]. http://www.pum.umontreal.ca/apqc/93_94/lesage2/lesage2.htm (page consultée le 29 septembre 2008).
- Miron, Isabelle N. *Quatre cravates et une féministe: analyse critique des débats des chefs*, [En ligne]. http://sisyphe.org/imprimer.php3?id_article=2214 (page consultée le 25 septembre 2008).
- Nadeau, Richard, André Blais, Elisabeth Gidengil et Neil Nevitte. *La poussée libérale du 27 novembre: quelques pistes d'explication*, [En ligne]. <http://www.ces-ec.umontreal.ca/documents/LaPresse01-05-17.pdf> (page consultée le 23 septembre 2008).
- Névé Éditions. *Plus de couleurs aux débats des chefs*, [En ligne]. <http://www.mediaterre.org/canada-quebec/exportactu,20080922225646...> (page consultée le 24 septembre 2008).
- Nouveau parti démocratique du Canada. *Notre histoire*, [En ligne]. <http://www.npd.ca/notrehistoire> (page consultée le 22 janvier 2008).
- Parti Vert du Canada. *Débat des chefs: le Parti Vert a gagné sa place*, [En ligne]. <http://www.latribuduverbe.com/archives/2005/12/> (page consultée le 25 juin 2008).
- , *Demander les débats démocratiques*, [En ligne]. <http://www.democratisonslesdebats.ca/faits.html> (page consultée le 15 août 2008).
- QuébecPolitique.com. *Élection fédérale 4 septembre 1984*, [En ligne]. <http://www.quebecpolitique.com/election/fedelect33.html> (page consultée le 3 mars 2008).
- , *Le débat des chefs 2007 en direct*, [En ligne]. <http://www.quebecpolitique.com/2007/03/le-debat-des-chefs-2007-en-...> (page consultée le 3 décembre 2008).
- , *Parti de la loi naturelle du Québec*, [En ligne]. <http://www.quebecpolitique.com/partis/ln.html> (page consultée le 29 juillet 2008).
- Radio-Canada. *Affrontement Daniel Johnson et Jacques Parizeau*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3379/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Combats des chefs*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDD-0-17-619/politique_economie/combats_chefs/ (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Comment affronter la caméra*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3385/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Débat à trois*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3384/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Débat crucial pour les chefs*, [En ligne]. <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/electionsFed2006/2006/01/09/0...> (page consultée le 25 septembre 2008).

- , *Débattre ou ne pas débattre...*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3376/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Élections Québec 2007*, [En ligne]. <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/electionsqc2007/espacecitoyen...> (page consultée le 29 septembre 2008).
- , *Et la santé?*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3377/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Foire d'empoigne Lévesque-Bourassa*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3375/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Le club des ex*, [En ligne]. <http://www.radio-canada.ca/rdi/> (page consultée le 7 novembre 2008).
- , *Un avocat pour les verts*, [En ligne]. <http://www.radio-canada.ca/nouvelles/Politique/2008/09/02/008-parti...> (page consultée le 25 septembre 2008).
- , *Un premier face-à-face télévisé*, [En ligne]. http://archives.radio-canada.ca/IDC-0-17-619-3374/politique_economie/combats_che... (page consultée le 13 mars 2007).
- , *Un taux record*, [En ligne]. <http://elections.radio-canada.ca/elections/federale2008/2008/10/15/0...> (page consultée le 3 novembre 2008).
- Rioux, Martine. *Le débat des chefs et l'éducation*, [En ligne]. <http://www.infobourg.fr/sections/actualite/actualite.php?id=7968> (page consultée le 30 septembre 2008).
- Rivet, Jacques. *Le compte rendu des activités des leaders*, [En ligne]. http://www.com.ulaval.ca/personnel/professeurs/jacques_rivet/activites_leaders.pdf (page consultée le 1er octobre 2008).
- Rocheffort, Louise. *Campagne électorale fédérale: plusieurs enjeux ne sont pas encore abordés*, [En ligne]. <http://www.csq.qc.net/index.cfm/2,0,1676,9656,2323,0,html?BoxID=7...> (page consultée le 23 septembre 2008).
- Rond-Point. *L'affrontement Lesage-Johnson*, [En ligne]. <http://www.rond-point.qc.ca/histoire/1962/Lesage-Johnson.html> (page consultée le 14 février 2006).
- Saint-Jean, Armande. *Les effets de la concentration des médias au Québec: problématique, recherche et consultations. Rapport final, Tome 2* [En ligne]. http://mcccf/gouv.qc.ca/publications/rapportstjeantome_2.pdf (page consultée le 28 avril 2009).
- Sondages BBM. *Le Débat des chefs attire un auditoire moyen à la minute de 2 161 200 téléspectateurs*, [En ligne]. http://www.bbm.ca/fr/presse_2003.html (page consultée le 6 janvier 2008).

Syndicat canadien de la fonction publique. *Jack Layton grand gagnant du débat en anglais affirment les membres*, [En ligne]. http://scfp.ca/www/news/jack_layton_grand_ga (page consultée le 25 septembre 2008).

The Canadian Encyclopedia. *Elections '97: The Platforms*, [En ligne]. <http://www.thecanadianencyclopedia.com/PrinterFriendly.cfm?Param...> (page consultée le 22 septembre 2008).

Université de Sherbrooke. *11 novembre 1962 – Tenue d'un débat télévisé entre Jean Lesage et Daniel Johnson*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherb.ca/bilan/pages/evenements/20825.html> (page consultée le 12 mars 2007).

-----, *14 juin 2004 – Présentation d'un débat en français entre les chefs des principales formations politiques canadiennes*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherb.ca/bilan/pages/evenements/23575.html> (page consultée le 13 mars 2007).

-----, *2 juin 1997 - Réélection des Libéraux de Jean Chrétien à la Chambre des communes*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherbrooke.ca/bilan/pages/evenements/3779.html> (page consultée le 22 septembre 2008).

-----, *21 novembre 1988 – Réélection des Progressistes-conservateurs de Brian Mulroney à la Chambre des communes*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherb.ca/bilan/pages/evenements/3402.html> (page consultée le 12 mars 2007).

-----, *29 août 1994 – Débat télévisé entre les chefs des deux principales formations politiques du Québec*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherb.ca/bilan/pages/evenements/20622.html> (page consultée le 12 mars 2007).

-----, *9 juin 1968 – Présentation du premier débat télévisé entre chefs politiques fédéraux*, [En ligne]. <http://www.bilan.usherb.ca/bilan/pages/evenements/20487.html> (page consultée le 12 mars 2007).

Université McGill. *Grille de codification des débats des chefs de l'élection fédérale de 2000*, [En ligne]. <http://ces-eec.mcgill.ca/documents/CodDebats-Phrases.pdf> (page consultée le 23 septembre 2008).

Émissions de télévision

Débat des chefs 2007. 13 mars 2007. Débat télévisé. Québec: Consortium des télédiffuseurs (Société Radio-Canada, Télé-Québec, TVA).

Le Téléjournal. 13 mars 2007. Bulletin de nouvelles. Montréal: Société Radio-Canada.